

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO  
CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS

Igor Bernardes da Silveira

**CONTEÚDOS DOS ATOS ANTIDEMOCRÁTICOS PÓS ELEIÇÕES  
PRESIDENCIAIS DE 2022 NO TIKTOK: DEUS, PÁTRIA, FAMÍLIA, LIBERDADE E  
TERRORISMO**

Porto Alegre

2023

Igor Bernardes da Silveira

**CONTEÚDOS DOS ATOS ANTIDEMOCRÁTICOS PÓS ELEIÇÕES  
PRESIDENCIAIS DE 2022 NO TIKTOK: DEUS, PÁTRIA, FAMÍLIA, LIBERDADE E  
TERRORISMO**

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado ao Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Relações Públicas.

Orientador: Prof.<sup>a</sup>. Dra. Fiorenza Zandonade Carnielli

Porto Alegre

2023

## CIP - Catalogação na Publicação

DA SILVEIRA, IGOR BERNARDES  
CONTEÚDOS DOS ATOS ANTIDEMOCRÁTICOS PÓS ELEIÇÕES  
PRESIDENCIAIS DE 2022 NO TIKTOK: DEUS, PÁTRIA,  
FAMÍLIA, LIBERDADE E TERRORISMO / IGOR BERNARDES DA  
SILVEIRA. -- 2023.  
133 f.  
Orientadora: FIORENZA ZANDONADE CARNIELLI.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação) --  
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade  
de Biblioteconomia e Comunicação, Curso de Relações  
Públicas, Porto Alegre, BR-RS, 2023.

1. MANIFESTAÇÕES ANTIDEMOCRÁTICAS. 2. ELEIÇÕES  
PRESIDENCIAIS 2022. 3. TIKTOK. 4. COMUNICAÇÃO PÚBLICA.  
5. DESINFORMAÇÃO. I. CARNIELLI, FIORENZA ZANDONADE,  
orient. II. Título.

Igor Bernardes da Silveira

**CONTEÚDOS DOS ATOS ANTIDEMOCRÁTICOS PÓS ELEIÇÕES  
PRESIDENCIAIS DE 2022 NO TIKTOK: DEUS, PÁTRIA, FAMÍLIA, LIBERDADE E  
TERRORISMO**

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado ao Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Relações Públicas.

Orientador: Prof.<sup>a</sup>. Dra. Fiorenza Zandonade Carnielli

**BANCA EXAMINADORA:**

---

—  
Prof.<sup>a</sup>. Dra. Fiorenza Zandonade Carnielli

---

—  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Helenice Carvalho (UFRGS)

---

—  
Prof. Dr. Guibson Dantas (UFRGS)

Porto Alegre  
18 de agosto de 2023.

## AGRADECIMENTOS

Sempre tive em mente que, independente das dificuldades que iria encontrar, seguir a vida sem cursar uma faculdade não era uma opção. Graças ao meu pai que, mesmo não tendo as melhores condições financeiras, batalhou e me proporcionou o estudo que ele não pode desfrutar, alimentou em mim o anseio pelo conhecimento e a busca pela formação acadêmica. Cresci em escola pública, mas nas melhores... e tive o privilégio de usufruir de outros cursos. Quando senti que deveria trilhar meu caminho da graduação na UFRGS - ainda que parecesse um sonho distante para um jovem de cidade pequena - meu pai, mesmo inseguro em me deixar sozinho na capital do estado, estava disposto a ser a ponte para mais esse sonho. Portanto, um pedacinho do meu trabalho é dele também. Obrigado, pai!

Não há como citar meu pai e não sentir gratidão também pela minha mãe. Afinal de contas, quem seríamos nós dois sem ela. Mulher guerreira, que abdicou de muito durante sua existência para entregar para os filhos aquilo que, às vezes, nem podia, mas correu atrás para conseguir. Foram trabalhos exaustivos para, aos pouquinhos, conquistar as coisas para a família. Através do carinho dela e do jeito de acolher as pessoas, aprendi a simplicidade e a sensibilidade para com os outros. Este trabalho também é dela!

Estendo o agradecimento a toda a minha família, em especial as minhas primas Ana Paula, Roana, Iana, primo emprestado Bruno, Tia Si e Tia Nara, que percorreram comigo esse caminho de graduação, mudança de cidade e de vida, de forma muito próxima e com apoio sem medidas para que tudo desse certo. Foi maravilhoso dividir os momentos com eles!

Agradeço também a todos os amigos que estiveram comigo direta ou indiretamente nesse período - amizades do ensino fundamental, médio, cursinho ou trabalho, especialmente os que me deram incentivo quase diário para a conclusão desse capítulo... Maitê, Duda e Nathalia, obrigado! Gratidão sem tamanho a minha família de Porto Alegre, minha bolha de amigos da faculdade, que me acolheu e me ensinou tanto durante os últimos anos. Aprendi a pensar diferente a partir das perspectivas que eles me apresentaram, tornaram mais gostosas as aulas da faculdade e me moldaram profissionalmente e pessoalmente. Este TCC não seria construído da mesma forma sem eles, muito obrigado!

Por fim, mas com máxima relevância, agradeço a todos os meus professores, de todas as etapas de estudo, pelo conhecimento compartilhado e por se dedicarem a missão de ensinar. Gravo aqui meu obrigado especial a minha banca avaliadora Prof<sup>a</sup> Dra. Helenice Carvalho e Prof Dr. José Guibson Delgado Dantas pelas considerações valiosas e a minha orientadora Prof<sup>a</sup> Dra. Fiorenza Zandonade Carnielli por ajudar a construir com todo apreço este trabalho de conclusão de curso.

## RESUMO

Este estudo de caráter exploratório tem o objetivo de identificar e analisar conteúdo publicado por usuários da plataforma Tiktok em apoio às manifestações contra o resultado das eleições presidenciais brasileiras de 2022. Logo após o resultado eleitoral de 30 de outubro daquele ano, que indicou Luiz Inácio Lula da Silva como presidente eleito, apoiadores do candidato derrotado, Jair Bolsonaro, ocuparam locais públicos ao longo do país em expressão de desacordo, o que culminou na invasão violenta dos prédios-sede dos três poderes da República no dia 8 de janeiro de 2023, em Brasília. A base teórica deste trabalho de conclusão de curso inclui reflexões sobre comunicação pública e comunicação política (Weber, 2007; 2011; 2017 e Gomes, 2005); noções de público e ciberativismo (Esteves, 2011; 2018 e Maia, 2011) e desinformação (Gillespie, 2018; Mendonça *et al.*, 2023; Roque; Bruno, 2019). A abordagem analítica é qualitativa, operacionalizada por meio de análise de conteúdo dos elementos imagéticos e textuais de 24 vídeos publicados no Tiktok no contexto dos atos antidemocráticos. A análise desse *corpus* demonstrou a inclusão explícita das expressões #intervencãofederal, #sosffaa, #supremoeopovo, identificando motivações golpistas em relação à democracia brasileira, além da presença de desinformação em elementos sonoros e visuais das publicações, principalmente, com o objetivo de ataque ao inimigo político.

**Palavras-chave:** Comunicação Pública; Eleição; Desinformação; Manifestações Antidemocráticas; Tiktok.

## ABSTRACT

This exploratory study aims to identify and analyze content published by Tiktok users in support to riots against the 2022 Brazilian presidential election. Shortly after the nomination Luiz Inácio Lula da Silva as president-elect became public, on October 30th that year, a mob of the defeated candidate Jair Bolsonaro supporters attacked the Brazilian Three Power Building and many other public spaces across the country on January 8th 2023 in an alleged disagreement to the election's result. The theoretical basis of this course conclusion work includes reflections on public communication and political communication (Weber, 2007; 2011; 2017 e Gomes, 2005); notions of public and cyberactivism (Esteves, 2011; 2018 e Maia, 2011) and misinformation (Gillespie, 2014, Mendonça et al, 2023 and Roque; Bruno, 2019). The analytical approach is qualitative, worked through content analysis of imagery and textual elements based on 24 videos published on Tiktok in an anti-democratic riots context. The analysis of this corpus demonstrated the explicit inclusion of the expressions #intervencãofederal, #sosffaa, #supremoeopovo, identifying coup motivations for Brazilian democracy as well as spreading misinformation through sound and visual content, aiming to attack the political opponent.

**Keywords:** Public Communication; Election; Misinformation; Anti-Democratic Protests; Tiktok.



## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 — Charge de Laerte.....	21
Figura 2 — Manifestações antidemocráticas em frente à sede do Comando Militar do Leste (CML), no centro do Rio de Janeiro, Brasil, em 15 de novembro de 2022 .....	31
Figura 3 — Apoiadores de Bolsonaro bloqueiam a rodovia BR-060, em Abadiânia (GO), em 31 de outubro de 2022. ....	33
Figura 4 — Bolsonaroistas oram contra a volta de Lula ao poder em espaço exclusivo para manifestações religiosas dentro de acampamento em frente ao QG do Exército em Brasília, dia 19 de novembro de 2022. ....	33
Figura 5 — Bolsonaroistas fazem churrasco em frente ao quartel do Exército, em Campo Grande, em 1 de novembro de 2022. ....	34
Figura 6 — Acampamento no QG do Exército, Porto Alegre, 15 de novembro de 2022. ....	34
Figura 7 — Atos de vandalismo no dia 8 de janeiro de 2023 em Brasília – DF.....	35
Figura 8 — Policiais prendem manifestantes de atos golpistas em Brasília em 8 de janeiro.....	36
Figura 9 — Tela do aplicativo Tiktok com as funcionalidades disponíveis para os usuários criarem os vídeos.....	40
Figura 10 — Tela do aplicativo Capcut com as funcionalidades disponíveis para os usuários criarem os vídeos.....	41
Figura 11 — Ações realizadas pelo Tiktok para colaborar com o processo eleitoral de 2022 no Brasil .....	45
Figura 12 — Busca pela hashtag #eleicoes2022, através da ferramenta “procurar” do Tiktok, em 22 de julho de 2023 .....	66

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 — Corpus de pesquisa .....	74
Quadro 2 — Características e descrição dos conteúdos no Tiktok sobre as manifestações antidemocráticas pós-eleição presidencial de 2022 utilizados na análise do trabalho (continua) .....	76
Quadro 3 — Descrição dos conteúdos presentes em cada um dos vídeos analisados (continua) .....	84

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	<b>12</b>
2.1 O CONTEXTO RECENTE DA POLÍTICA BRASILEIRA .....	18
2.1.1 <b>Bolsonarismo: o acalento da extrema direita no Brasil</b> .....	<b>22</b>
2.1.2 <b>Por que Jair Bolsonaro?</b> .....	<b>25</b>
2.1.3 <b>O governo Bolsonaro</b> .....	<b>27</b>
2.1.4 <b>A disputa Bolsonaro x Lula em 2022</b> .....	<b>29</b>
2.1.5 <b>“S.O.S FFAA salvem o Brasil”</b> : as manifestações pós eleições presidenciais de 2022.....	<b>31</b>
2.2 O TIKTOK .....	37
2.2.1 <b>A potência do aplicativo chinês</b> .....	<b>37</b>
<b>3 Comunicação Pública e disputa política</b> .....	<b>47</b>
3.1 A INTERNET NO PROCESSO POLÍTICO: A AÇÃO DOS PÚBLICOS ONLINE .....	51
3.2 DISCUSSÕES DO SÉCULO XXI.....	57
<b>4 MANIFESTAÇÕES ANTIDEMOCRÁTICAS PÓS-ELEIÇÃO PRESIDENCIAL DE 2022 NO TIKTOK</b> .....	<b>64</b>
4.1 ABORDAGEM METODOLÓGICA.....	64
4.2 EXPLORAÇÃO DO UNIVERSO .....	65
4.3 PESQUISA E SELEÇÃO DO CORPUS DA ANÁLISE .....	69
4.4 FORMATO DAS PUBLICAÇÕES .....	75
4.4.1 <b>Vídeos com pós-produção</b> .....	<b>81</b>
4.4.2 <b>Vídeos sem pós-produção</b> .....	<b>82</b>
4.5 CONTEÚDO DAS PUBLICAÇÕES .....	84
4.5.1 <b>Legendas e <i>letterings</i> das publicações</b> .....	<b>93</b>
4.5.2 <b>Elementos sonoros das publicações</b> .....	<b>97</b>
4.5.3 <b>Elementos visuais das publicações</b> .....	<b>101</b>
4.6 DESINFORMAÇÃO E ATAQUE À DEMOCRACIA.....	104
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>111</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	<b>115</b>

## 1. INTRODUÇÃO

O tema de pesquisa deste Trabalho de Conclusão de Curso de Relações Públicas nasceu da junção do interesse do concluinte pelo aspecto político-social brasileiro e pela ascensão das manifestações antidemocráticas pós eleições presidenciais brasileiras de 2022 nas redes sociais, em especial na plataforma Tiktok.

A eleição presidencial brasileira de 2022 ocorreu em meio a um cenário de grande polarização de identidades políticas. De um lado, Jair Messias Bolsonaro (PL), que representava as ideias conservadoras da extrema direita e somava forças com o antipetismo e, de outro, Luiz Inácio Lula da Silva (PT), que levantava as bandeiras progressistas de esquerda e que, também, era fortalecido pelo antibolsonarismo.

Mesmo com outros candidatos na disputa, desde o início do processo eleitoral, as pesquisas já mostravam o embate direto entre as duas grandes figuras políticas que concentravam a maior parte das intenções de votos<sup>1</sup>. Foi dessa forma que se seguiu até o resultado das urnas, em 30 de outubro de 2022. O petista venceu o processo democraticamente, no segundo turno, com 50,9% dos votos válidos<sup>2</sup>, o que significou uma diferença de 3,5% em relação ao candidato do Partido Liberal. O Tribunal Superior Eleitoral (TSE), oficialmente, anunciou a vitória de Lula, mas nem todo o eleitorado brasileiro deu o processo como encerrado. Ainda, contribuindo com a ideia de não finalização do processo, Jair Bolsonaro não realizou o tradicional discurso de reconhecimento do resultado logo após a formalização do TSE. O ex-presidente fez sua primeira fala pública quase 48h<sup>3</sup> depois, agradeceu os votos recebidos, prometeu que cumpriria com todos os processos constitucionais, mas em nenhum momento citou o nome de Lula.

No dia 30 de outubro de 2022, logo após a oficialização do resultado do pleito presidencial, iniciou-se um movimento nunca visto na história da democracia

---

<sup>1</sup> Na pesquisa eleitoral divulgada pelo Datafolha em 18 de agosto de 2022, logo após o início das campanhas eleitorais (16), Luiz Inácio Lula da Silva (PT) possuía 47% das intenções de voto no primeiro turno da eleição presidencial, seguido pelo então presidente Jair Bolsonaro (PL) com 32%. (DATAFOLHA..., 2022). Já na última pesquisa divulgada pela instituição, em 28 de outubro de 2022, Lula possuía 52% dos votos válidos e Bolsonaro 48% Fonte: G1. (IPEC..., 2022)

<sup>2</sup> A disputa eleitoral para a presidência da república em 2022 finalizou com 60.345.999 votos registrados para Luiz Inácio Lula da Silva (PT), 50,90% dos válidos, e 58.206.354 votos para Jair Messias Bolsonaro (PL), 49,10% dos votos válidos. (RESULTADOS..., 2022)

<sup>3</sup> Conforme matéria jornalística do veículo Exame. Ve: REDAÇÃO. Bolsonaro se pronuncia após resultado das eleições. Exame, [s.l.], 1 nov. 2022. Disponível em: <https://exame.com/brasil/bolsonaro-se-pronuncia-apos-resultado-das-eleicoes/>. Acesso em: 12 de agosto de 2023.

brasileira. Apoiadores do candidato não-reeleito bloquearam importantes rodovias públicas, impediram o direito de ir e vir dos demais cidadãos e ocuparam a frente dos quartéis do Exército para pedir por “intervenção federal” e por prisão dos ministros do Supremo Tribunal Federal (STF), conforme noticiado pelos principais veículos de comunicação naquele momento<sup>4</sup>. Tanto o jornalismo como analistas da imprensa, registraram que os manifestantes contestavam uma eleição legítima e pediam a interrupção da democracia no país através do poder físico das Forças Armadas.

A cobertura jornalística do período foi intensa, todos os grandes e pequenos veículos se debruçaram sobre o singular acontecimento. Além disso, muitas das manchetes e análises de colunistas reforçaram o objetivo golpista das manifestações, tal qual no exemplo a seguir:

Encorajados pelo presidente Jair Bolsonaro (PL), defendidos pelos comandantes militares e estimulados por uma suposta possibilidade de eventual fraude nas urnas eletrônicas aventada pelo Ministério da Defesa, aqueles que, diante de quartéis, clamam por um golpe protagonizam um dos mais sérios desafios institucionais enfrentados pelo país desde a redemocratização. Os manifestantes não fazem uma necessária oposição ao governo Lula (PT) — que sequer começou —, nem protestam contra medidas que tenham sido anunciadas pelo futuro presidente. Eles querem o rompimento de um dos mais sagrados pactos da democracia, o respeito ao resultado das urnas, da vontade soberana da maioria do povo brasileiro. (Molica, 2022).

Os atos seguiram por, pelo menos, 70 dias consecutivos, isto é, do dia 30 de outubro de 2022 ao dia 8 de janeiro de 2023, em dezenas — talvez centenas — de cidades brasileiras. Eles só perderam intensidade devido a um acontecimento no dia 8 de janeiro, que ficou conhecido mundialmente.

---

<sup>4</sup> Recolhemos alguns exemplos de notícias que registraram as manifestações de insatisfação com o resultado eleitoral: Após resultado de eleição, manifestantes realizam protestos em rodovias do RS, diz polícia (Ver: G1 RS; RBS TV. Após resultado de eleição, manifestantes realizam protestos em rodovias do RS, diz polícia. G1, Porto Alegre, 30 out. 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/eleicoes/2022/noticia/2022/10/30/eleicoes-manifestacoes-rodovias-rs.ghtml>). Com Bolsonaro ainda em silêncio, bloqueios de caminhoneiros ganham força e se espalham pelo país (Ver: ROMANI, Andre. Com Bolsonaro ainda em silêncio, bloqueios de caminhoneiros ganham força e se espalham pelo país. Economia Uol, [s.l.], 31 out. 2022. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/reuters/2022/10/31/protestos-interditam-br-163-e-trecho-da-dutra-apos-eleicoes.htm?cmpid=copiaecola>). Uma semana após as eleições, grupos contrários ao resultado ainda interditam duas rodovias federais (Ver: G1 DF. Uma semana após as eleições, grupos contrários ao resultado ainda interditam duas rodovias federais. G1, Brasília-DF, 6 nov. 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/df/distrito-federal/noticia/2022/11/06/uma-semana-apos-as-eleicoes-grupos-contrarios-ao-resultado-ainda-interditam-duas-rodovias-federais.ghtml>). Protestos pós-eleição chegam ao 10º dia com bloqueios de rodovias e atos em frente a quartéis (Ver: GAZETA DO POVO. Protestos pós-eleição chegam ao 10º dia com bloqueios de rodovias e atos em frente a quartéis. Gazeta do Povo, [s.l.], 8 nov. 2022. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/republica/protestos-eleicao-lula-10o-dia-bloqueios-vias-atos-frente-quarteis/>).

Milhares de apoiadores do ex-presidente Bolsonaro viajaram para Brasília, marcharam do Quartel General do Exército até a Praça dos Três Poderes e invadiram e depredaram o Congresso Nacional, o Superior Tribunal Federal e o Palácio do Planalto. Mais de 1300 pessoas foram presas<sup>5</sup> e uma operação policial permanente — sem data de término — foi aberta para apurar e prender outros que financiaram, participaram e incentivaram as invasões. Esse ocorrido recebeu o nome de Operação Lesa Pátria<sup>6</sup>. Por isso, os acampamentos e outras manifestações golpistas pelo país começaram a ser desmobilizadas e deixaram de acontecer, ao menos, nos moldes que acompanhávamos até então.

Os meses de mobilização antidemocrática se constituíram nos encontros presenciais nos acampamentos e também nas trocas de informações — muitas vezes, falsas — via aplicativos de conversa e outras redes sociais como Whatsapp, Facebook, Instagram, Tiktok e etc. Circularam, em páginas da web, diversos vídeos de manifestantes comemorando falsas matérias jornalísticas que receberam, por exemplo, sobre a prisão do Ministro do STF Alexandre de Moraes<sup>7</sup>, acusado de interferir no processo eleitoral, o que não aconteceu; assim como a confirmação de fraude das urnas pela Polícia Federal, o que não aconteceu<sup>8</sup>; entre outros.

Os atos também foram violentos. Houve diversos relatos<sup>9</sup> de profissionais de imprensa agredidos verbal e fisicamente em coberturas jornalísticas. Os grupos

---

<sup>5</sup> É possível encontrar mais informações sobre a prisão dos manifestantes em matéria jornalística do G1 vVer: G1 DF. Lista de presos por ataques terroristas em Brasília tem mais de 1,3 mil nomes. G1, Brasília-DF, 13 jan. 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/df/distrito-federal/noticia/2023/01/13/lista-de-presos-por-ataques-terroristas-em-brasilia-tem-mais-de-13-mil-nomes-veja.ghml>.

<sup>6</sup> Mais informações sobre a operação podem ser encontradas em matéria jornalística do Grupo GZH, ver: SCHAFFNER, Flavio. Com foco nos responsáveis pelos ataques aos poderes em Brasília, Operação Lesa Pátria será permanente. Gaúcha ZH, Porto Alegre, 29 jan. 2023. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/politica/noticia/2023/01/com-foco-nos-responsaveis-pelos-ataques-aos-poderes-em-brasilia-operacao-lesa-patria-sera-permanente-cldhz7hjk003601573c32zq74.html>

<sup>7</sup> “É falso que o ministro do Supremo Tribunal Federal (STF) e presidente do TSE, Alexandre de Moraes, tenha sido alvo de um mandado de prisão em flagrante, como afirma um participante de manifestação de apoiadores do presidente Jair Bolsonaro após o 2º turno das eleições.” (É FALSO..., 2022)

<sup>8</sup> “É falso que agentes da Polícia Federal em Brasília tenham identificado fraude nas eleições deste ano, envolvendo lote de urnas não zeradas, ou seja, que já conteriam votos computados antes mesmo da votação. O boato requebra a denúncia de 2018, no contexto das eleições daquele ano, que foi arquivada após investigação do Ministério Público do Distrito Federal e Territórios (MPDFT).” (URNAS..., 2022)

<sup>9</sup> “A Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji) e outras organizações que atuam na defesa das liberdades de imprensa e de expressão registraram, nos últimos dias, uma onda de ataques sem precedentes contra comunicadores, fotógrafos, cinegrafistas e repórteres. Após o resultado da votação do segundo turno destas eleições, apoiadores do presidente Jair Bolsonaro (PL) agrediram fisicamente e hostilizaram ao menos 37 equipes em todas as regiões do país, em atos golpistas nas capitais, cidades do interior e nos bloqueios das estradas.” (ESPERIDIÃO; NEIVA; SINDERSKI, 2022)

criaram uma antipatia e uma desconfiança com os conglomerados de mídia, até mesmo com os que os defendiam. Isso posto, os próprios manifestantes antidemocráticos passaram a produzir seus materiais informativos, considerando a sua versão dos fatos perante as manifestações, colocados em circulação nas redes sociais em que os grupos já se encontravam mobilizados.

Redes sociais como o Facebook e Instagram nasceram com o objetivo de serem horizontais, colocando grandes veículos de mídia, marcas e cidadãos comuns como parceiros de interação em uma mesma plataforma. Mais recentemente, com a popularização do Tiktok no mercado brasileiro, essa horizontalidade ganhou destaque. Devido ao seu potente algoritmo, o Tiktok consegue recomendar exatamente os conteúdos desejados, de modo a manter usuários conectados por mais tempo e a atrair novos a cada dia. Lançado em setembro de 2016 e com apenas um ano em funcionamento, já possuía 100 milhões de usuários, além de contar com mais de 1 bilhão de visualizações por dia (TIKTOK...). O *blog* Senrush, recentemente, divulgou dados relevantes sobre o tamanho da plataforma. Em 2021, atingiu-se a marca de 1 bilhão de usuários ativos mensais; dos 4,8 bilhões de usuários da internet em todo o mundo, 20,83% usam o TikTok; dos 4,48 bilhões de usuários ativos de redes sociais, 22,32% usam o TikTok regularmente (Dean, 2022). Ao alcançar 1 bilhão de usuários mensais, a equipe compartilhou a seguinte mensagem:

No TikTok, nossa missão é inspirar criatividade e trazer alegria. Hoje, estamos celebrando essa missão e nossa comunidade TikTok global. Mais de 1 bilhão de pessoas em todo o mundo agora acessam o TikTok todos os meses para se divertir enquanto aprendem, riem ou descobrem algo novo. Temos a honra de ser o lar de nossa comunidade imensamente diversificada de famílias, pequenas empresas e criadores que se transformam em nossas estrelas favoritas (Thanks..., 2021).

Enquanto o Facebook e o Instagram permitem que você converse com seus amigos e seguidores, o Tiktok vai além, quebra a “bolha social”<sup>10</sup> e alcança uma

---

<sup>10</sup> Bolhas, para Besley e Hakala (2007, p. 71, *apud* PELIZZARI; BARRETO JUNIOR, 2019, p. 6) foram entendidas como um espaço temporário, bem definido, que servia para juntar todas as interfaces, formatos e concordâncias para o gerenciamento de dados pessoais, de grupos, públicos e interações informacionais. Na era das redes sociais isso fica ainda mais intenso, já que o usuário deixa de ter consciência sobre o que visualiza e, com a intenção de personalização, quem decide o que é apresentado nas *timelines* são os algoritmos. Criam-se, assim, monoculturas viciadas nos mesmos *feedbacks loops* que caracterizam as bolhas. Nesse cenário, as crenças conduzem os indivíduos à prática inadvertida ou deliberada de espalhar notícias falsas como retroalimentação de suas crenças mal fundadas (SANTAELLA, 2018, *apud* PELIZZARI; BARRETO JUNIOR, 2019, p. 7).

audiência muito maior, encontrando outros usuários que também possuem interesse no mesmo tipo de conteúdo.

Ao contrário de outras plataformas, o TikTok não estimula diretamente que os usuários sigam outras pessoas. A página inicial, intitulada “Para Você”, é composta por vídeos algoritmicamente selecionados com base nos interesses e hábitos de engajamento de cada usuário (Zulli e Zulli, 2020, *apud* CHAGAS; STEFANO, 2022, p. 9). [...] Pelas características da própria plataforma, contudo, em particular o apelo à viralidade, através do incentivo ao engajamento e sobretudo ao compartilhamento dos vídeos, o TikTok pode se configurar como uma mídia social que facilita a propagação de desinformação (Alonso-López, Sindrenko-Bautista e Giacomelli, 2021, *apud* Chagas; Stefano, 2022, p. 13).

Através do aplicativo chinês de vídeos curtos, o Tiktok, os manifestantes golpistas conseguiram disseminar seus pontos de vista, teorias conspiratórias e desinformações. E, devido à potência do algoritmo do aplicativo, atingiram justamente os usuários com as mesmas intenções.

Pensando no impacto severo que movimentações em questão podem ter à democracia e à segurança nacional, a pesquisa em questão se torna ainda mais relevante. Além da justificativa pessoal e social já exploradas, o trabalho se faz necessário pela novidade que o Tiktok representa, inclusive, para os estudos acadêmicos que devem se debruçar sobre seu alcance e o impacto que pode ter principalmente associado às manifestações sociais. Apesar dos temas “manifestações sociais” e “redes sociais” já serem bastante estudados, o estudo do aplicativo de vídeos do momento ainda segue sendo um desafio.

Portanto, na problematização deste trabalho de conclusão de curso, faz-se importante entender como se dá a relação entre os usuários criadores de conteúdos no Tiktok em apoio às manifestações antidemocráticas e os demais usuários que os acompanham. Quais são os conteúdos compartilhados? Quais os formatos desse conteúdo? Como os demais usuários percebem essas informações e interagem com os conteúdos? Como a desinformação atravessa esses conteúdos? Assim, chegamos ao seguinte problema de pesquisa: quais as características do conteúdo publicado por usuários da plataforma Tiktok em apoio às manifestações contra o resultado das eleições presidenciais brasileiras de 2022?

Como objetivo geral do trabalho, temos: identificar e analisar conteúdo publicado por usuários da plataforma Tiktok em apoio às manifestações contra o resultado das eleições presidenciais brasileiras de 2022. Para alcançar essa finalidade, passaremos por outros objetivos específicos, listados a seguir: a) identificar



a presença de conteúdos de apoio e promoção das manifestações contra o resultado das eleições presidenciais brasileiras de 2022 no Tiktok; b) descrever os aspectos de formato, conteúdo textual e visual que caracterizam os vídeos publicados no Tiktok pelos manifestantes; c) analisar o acionamento de desinformação nos conteúdos veiculados pelos manifestantes.

Considerando os objetivos do trabalho, a pesquisa realizada é exploratória. Isso porque seu intuito, em consonância com os rumos da discussão apresentada, é empreender um debate sobre um tema ainda pouco explorado. Assim como Gil (2008, p. 26-29) cita em seu texto: “As pesquisas exploratórias têm como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores”. Em relação ao método, optamos pelo qualitativo. Como trataremos de expressões individuais e de grupo sobre o assunto, é necessário nos prendermos aos detalhes dos conteúdos e recursos acionados nos materiais analisados. Esse formato, então, “[...] evita números, lida com interpretações das realidades sociais” (Bauer; Gaskell, 2011, p. 17-37). A pesquisa é operacionalizada por meio da análise de conteúdo, que exigiu a identificação, coleta e seleção de 24 vídeos publicados no Tiktok com vínculo ao contexto dos atos antidemocráticos pós eleições presidenciais brasileiras. Os vídeos que formam o *corpus* de pesquisa foram publicados entre 1º de novembro de 2022 e 8 de janeiro de 2023. A análise dos vídeos considerou os conteúdos imagético e textual, interpretados a partir dos conceitos teóricos reunidos neste TCC a partir de revisão bibliográfica.

Após essa introdução, o restante da discussão do trabalho se divide em cinco capítulos. O primeiro deles delinea o fenômeno e o objeto que estão sendo estudados aqui, ou seja, as manifestações pós-eleições presidenciais de 2022 e sua especificidade na plataforma Tiktok. Os três capítulos posteriores dão conta de explorar os principais conceitos teóricos que envolvem esses temas: comunicação pública e comunicação política, com o auxílio dos textos de Weber (2007; 2011; 2017) e Gomes (2005); públicos e ciberativismo, com Esteves (2011; 2018) e Maia (2011); e algoritmos e desinformação, através das teorias de Gillespie (2014), Mendonça *et al.* (2023), e Roque e Bruno (2019). Segue-se o capítulo de análise dos conteúdos coletados dos manifestantes no Tiktok e, finalmente, considerações finais e lista de referências.

## 2 A QUESTÃO POLÍTICA E O TIKTOK

Este capítulo reúne subsídios sobre o fenômeno deste estudo, as manifestações pós eleição presidencial de 2022, passando por alguns momentos da história recente da democracia brasileira até o período atual. Antes de ingressarmos na teoria que nos ajudará na discussão, é necessário compreendermos também sobre a especificidade da plataforma de comunicação envolvida no estudo, o Tiktok: como funciona, como é o seu algoritmo, como é o comportamento dos seus usuários, quais são os conteúdos compartilhados e mais.

### 2.1 O CONTEXTO RECENTE DA POLÍTICA BRASILEIRA

O contexto político atual do Brasil é complexo. Por isso, neste subcapítulo, percorremos alguns acontecimentos da história recente que diretamente ou indiretamente influenciaram e influenciam o fenômeno estudado aqui: as manifestações pós eleição presidencial de 2022.

Essa movimentação político-social não começou nas eleições presidenciais de 2022 ou 2018, quando também tínhamos Bolsonaro *versus* Partido dos Trabalhadores (PT). Desde as manifestações de 2013 e o *impeachment* da presidente Dilma Rousseff, o país vive uma batalha de objetivos velados. Com o discurso “contra corrupção”, movimentos de extrema-direita iniciaram mobilizações sociais para tentar vender suas pautas à sociedade brasileira. Sobre isso e sobre o papel da academia nesse processo, Pablo Ortellado em parceria com Esther Solano e Márcio Morett, afirmaram, ainda em 2016:

Uma das consequências mais dramáticas do processo de impeachment que o Brasil está passando é a binarização social em dois supostos bandos confrontados, não de adversários e, sim, de inimigos. Nesse cenário é muito difícil estabelecer as bases de um debate que nos possibilite avançar para além da infantilização e do empobrecimento político. Pensamos que a academia deve ajudar a sair dessa dialética do inimigo, autoritária, que simplifica os fatos, reproduz estigmas falsos, ataca desqualificando e insultando e não confrontando ideias, silencia e não contribui para qualificar um debate tão urgente e necessário se queremos que a democracia brasileira se fortaleça. A academia deve construir a crítica reflexiva sempre, sobretudo diante de processos ilegítimos escondidos por trás de certos mantras, como “a luta contra a corrupção”. Crítica com conteúdo que enfrente as tendências antidemocráticas (Ortellado; Solano; Moretto, 2016, p. 136).

No momento em que as manifestações de 2013 estavam se fortalecendo de forma acelerada, o MBL (Movimento Brasil Livre) e outros coletivos de direita se apropriaram do movimento para abordar suas pautas. Inicialmente, com o intuito legítimo de contestar o aumento das passagens de ônibus, o MPL (Movimento Passe Livre) — conjunto apolítico — convocou civis de todo o país para ir às ruas demonstrar sua insatisfação. As manifestações ganharam força e tomaram o país, milhões de pessoas participaram. Então, tornou-se algo tão grande que o posicionamento político não era mais apenas um. Os grupos direitistas se aproveitaram disso, incorporando outras pautas à discussão: descontentamento com os gastos da Copa de 2014, promessas de campanha não cumpridas por Dilma Rousseff em seu primeiro mandato, mas, principalmente, sustentou-se o argumento de que as instituições públicas estavam tomadas de corrupção. Não demorou para que a popularidade de Dilma despencasse, “[...] pesquisas indicavam que a popularidade da presidente petista, que havia atingido um recorde de 79% em março daquele ano, após as manifestações, caíra para 31%. Em agosto de 2015, desceu a 8% e a crise aumentou” (Oliveira, 2021).

Aproveitando o cenário de queda, a Câmara de Deputados também começou a agir. O suporte que Dilma possuía no Congresso Nacional — que já não era muito — desmoronou. No meio disso tudo, ainda ocorria a Operação Lava Jato<sup>11</sup>, com fortes ataques ao Partido dos Trabalhadores e a Lula — vindos principalmente do, então juiz, federal Sérgio Moro<sup>12</sup> — o que também afetou a presidente.

Na manifestação de voto a favor ou contra o *impeachment*, as bancadas direitistas, conservadoras, uniram-se em nome de uma falsa moralidade e expressaram seus votos em nome de Deus, da família, pelas crianças, contra a corrupção — “[...] esquecendo que cerca de 60% dos presentes no plenário, inclusive

---

<sup>11</sup> A Operação Lava Jato, uma das maiores iniciativas de combate à corrupção e lavagem de dinheiro da história recente do Brasil, teve início em março de 2014. Na época, quatro organizações criminosas que teriam a participação de agentes públicos, empresários e doleiros passaram a ser investigadas perante a Justiça Federal em Curitiba. A operação apontou irregularidades na Petrobras, maior estatal do país, e contratos vultosos, como o da construção da usina nuclear Angra 3. Fonte: Ministério Público Federal. Ver: Caso Lava Jato: Entenda o Caso. Ministério Público Federal, [s. l.], [20-?]. Disponível em: <https://www.mpf.mp.br/grandes-casos/lava-jato/entenda-o-caso>. Acesso em: 17 dez. 2022.

<sup>12</sup> O Plenário do Supremo Tribunal Federal (STF) declarou Sérgio Moro parcial da ação penal contra, no momento, ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, referente ao triplex no Guarujá (SP). Assim, anulando todas as decisões de Moro no caso, incluindo os atos praticados na fase pré-processual. É possível ler mais sobre a decisão em: STF confirma suspeição de Sergio Moro na ação do triplex do Guarujá. STF, Brasília, 23 jun. 2021. Disponível em <https://portal.stf.jus.br/noticias/verNoticiaDetalhe.asp?idConteudo=468086&ori=1>

seu presidente Eduardo Cunha, têm causas pendentes na Justiça” (Martín, 2016) — e contra a ameaça comunista, homenageando torturadores e personagens da ditadura militar, bem como a favor do *impeachment* da presidente<sup>13</sup>. Em 23 de abril de 2016, os deputados decidiram por manter o processo, foram 367 votos a favor, 137 votos contra e 7 abstenções. Então, no dia 31 de agosto de 2016, o Senado Federal condenou Dilma Rousseff pelo crime de responsabilidade e retirou seu mandato de presidente da República. Embora a destituição tenha seguido o rito legal do *impeachment*, há disputa política e científica para classificá-lo como golpe, assim como afirma Löwy (2016, p. 55):

O que aconteceu no Brasil, com a destituição da presidente eleita Dilma Rousseff, foi um golpe de Estado. Golpe de Estado pseudolegal, “constitucional”, “institucional”, parlamentar ou o que se preferir, mas golpe de Estado. Parlamentares – deputados e senadores – profundamente envolvidos em casos de corrupção (fala-se em 60%) instituíram um processo de destituição contra a presidente pretextando irregularidades contábeis, “pedaladas fiscais”, para cobrir déficits nas contas públicas – uma prática corriqueira em todos os governos anteriores! Não há dúvida de que vários quadros do PT estão envolvidos no escândalo de corrupção da Petrobras, mas Dilma não... Na verdade, os deputados de direita que conduziram a campanha contra a presidente são uns dos mais comprometidos nesse caso, começando pelo presidente da Câmara dos Deputados, Eduardo Cunha (recentemente suspenso), acusado de corrupção, lavagem de dinheiro, evasão fiscal etc.

Há um ponto importante no desenrolar dos fatos, que se torna também imprescindível para a discussão do trabalho: o PT e seus filiados foram um dos grandes focos da Operação Lava Jato. Os quatro maiores partidos políticos foram citados no processo — os com mais afiliados também foram os mais citados: MDB, PT, PSDB e PP. Os processos da operação foram divididos entre três varas judiciais diferentes: Rio de Janeiro, São Paulo e Curitiba. Entretanto, um estudo da British Broadcasting Corporation (BBC) mostra que dos 54 processos contra petistas em primeira instância, 45 foram abertos em Curitiba, a antiga vara do juiz Sérgio Moro concentrou 83% desses processos<sup>14</sup>. Isso ocorreu mesmo que os possíveis crimes

---

<sup>13</sup> Leia mais sobre as justificativas dos parlamentares na votação de Impeachment de Dilma Rousseff em: OLIVEIRA, André de. Elogio à tortura, dupla moral e enrolados na Justiça em nove votos na Câmara. El País Brasil, São Paulo, 20 abr. 2016. Disponível em: [https://brasil.elpais.com/brasil/2016/04/19/politica/1461019293\\_721277.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2016/04/19/politica/1461019293_721277.html)

<sup>14</sup> Conforme matéria jornalística do veículo BBC. SCHREIBER, Mariana. Lava Jato atingiu partidos de forma proporcional, mas PT foi foco de Moro, aponta estudo. BBC News Brasil, Brasília, 23 set. 2022. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-62990375>. Acesso em: 12 de agosto de 2023.

não tenham sido praticados em terras paranaenses e mesmo o estado possuindo o PT apenas como o quarto partido em maior número de filiados.

Nesse contexto de escândalos revelados pela Lava Jato, é alimentada, no Brasil, uma aversão social à política. A confiança em instituições, figuras e partidos políticos brasileiros foi abalada. Segundo uma pesquisa realizada em março de 2018 pelo Instituto da Democracia e da Democratização da Comunicação<sup>15</sup>, 77,8% dos entrevistados afirmaram não ter “nenhuma confiança” nos partidos políticos e apenas 1,1% dos eleitores declararam “confiar muito” nessas instituições.

O presidente interino, Michel Temer, vice de Dilma, “[...] usa a rejeição dos brasileiros à política para implementar uma agenda que jamais passaria pelo crivo das urnas e que nem o PSDB teve coragem de expor em seu programa de governo” (Cleto, 2016, p. 38). A entrega do patrimônio público a empresários nacionais e estrangeiros, queda de legislações ambientais, retirada de direitos trabalhistas, cortes nas políticas sociais e nos investimentos em educação e saúde, retrocesso nas políticas de raça e gênero: o governo Temer foi marcado por uma era em que os parlamentares ganharam espaço para brigar por seus interesses próprios e deixaram de legislar pelo coletivo, assim como representa Laerte em seu quadrinho:

Figura 1 — Charge de Laerte



<sup>15</sup> O Instituto tem o objetivo de aprofundar a discussão sobre democracia do país, faz parte do Programa de Institutos Nacionais de Ciência e Tecnologia (INCT) e é formado por grupos de pesquisas de quatro instituições principais: UFMG, IESP/UERJ, Unicamp e UnB e por pesquisadores da USP, UFPR, UFPE, UNAMA, IPEA e, internacionalmente, do CES/UC e da UBA. A pesquisa completa em questão pode ser acessada através de: CONFIANÇA nos partidos políticos. Instituto da Democracia e da Democratização da Comunicação, [s. l.], [2018?]. Disponível em: <https://www.institutodademocracia.org/single-post/confiancanospartidospoliticos>. Acesso em: 17 dez. 2022.

Fonte: página de Simião Castro na plataforma Medium<sup>16</sup>.

A população brasileira manteve sua insatisfação frente a toda a situação. A popularidade de Michel Temer no fim do mandato, segundo o Datafolha, estava abalada. “Presidente mais impopular desde o fim da ditadura” encerrou sua gestão sendo avaliado como ruim ou péssimo por 62% dos entrevistados, apenas 7% o consideraram como bom ou ótimo. Em junho de 2018, logo após as altas dos combustíveis e da paralisação dos caminhoneiros, seu mandato chegou a ser avaliado como ruim ou péssimo por 82% dos entrevistados, maior taxa já registrada pelas pesquisas do Datafolha” (Após reprovação recorde..., 2018).

### **2.1.1 Bolsonarismo: o acalento da extrema direita no Brasil**

A política brasileira se encontrava desorganizada, os partidos mais tradicionais se desmoronando e a população cada vez mais descrente. O momento propiciou abertura para o surgimento de figuras extremistas e que não se importavam com a ética pública e os direitos humanos, como Jair Messias Bolsonaro, que “[...] representa uma parcela significativa da população, *que pensa em voz baixa o que ele diz em alto e bom tom*” (Lima, 2019, p. 210). Desde agressões verbais entre parlamentares, desrespeito com as mulheres, Paulo Freire apontado como um doutrinador marxista, a “cura gay” em defesa da “família tradicional”, até a “ideologia de gênero” que não pode ser ensinada nas escolas: diversas ofensas pessoais e a grupos sociais e desrespeito aos direitos humanos foram cometidos perante toda a sociedade, advindo daqueles que ocupam cargos públicos eletivos, que deveriam, civilizadamente, representar os indivíduos e servir como exemplo.

Os números de Bolsonaro começaram a subir nas pesquisas para o pleito de 2018. Com os escândalos da Lava Jato, Aécio Neves, que havia disputado a eleição presidencial anterior pelo PSDB, ao ir para o segundo turno com Dilma Rousseff, perdeu forças. Então, Bolsonaro cresceu como a terceira via, angariando eleitores que estavam cansados da “mesma política de sempre”.

---

<sup>16</sup> CASTRO, Simião. Os fundamentalistas estão destruindo a família tradicional. Medium, [s.l.], 16 jul. 2015. Disponível em: <https://medium.com/@simiaocastro/os-fundamentalistas-est%C3%A3o-destruindo-a-fam%C3%ADlia-tradicional-dbca2536b0bd>. Acesso em 18 ago. 2023.

Datafolha de 9 de abril de 2016, última antes da votação pela admissibilidade do impeachment pela Câmara, Jair Bolsonaro, atualmente o maior representante da antipolítica nacional, tinha 8% das intenções de voto em dois dos cenários simulados pelo instituto. Entre os mais ricos, o deputado fascista é o primeiro colocado em todas as projeções (Cleto, 2016, p. 41).

A campanha política de Jair Messias Bolsonaro na eleição presidencial de 2018 foi marcada por promessas de mudanças significativas em várias áreas, incluindo economia, segurança pública e educação. Tudo isso feito através do forte uso das redes sociais para se comunicar diretamente com os eleitores, sem depender dos tradicionais meios de comunicação. Ele também se destacou por suas declarações controversas e polêmicas, que chamaram a atenção da mídia e geraram debates acalorados. Um dos temas centrais de sua campanha foi a segurança pública, em que ele defendeu a flexibilização da posse e porte de armas de fogo, além do combate mais rigoroso ao tráfico de drogas. Também muito se falou na luta contra a corrupção, com a promessa de criar medidas mais efetivas para punir os políticos e empresários envolvidos em esquemas ilícitos (Jair Bolsonaro..., 2018).

Bolsonaro já vinha como um forte candidato ao cargo de presidente desde o início da campanha, mas o episódio da facada — em que sofreu um atentado em meio a um evento de campanha em Juiz de Fora (MG) em 6 de setembro de 2018 — o consolidou como favorito na disputa. O candidato, então filiado ao PSL, viu seu desempenho melhorar em todos os indicadores nas pesquisas eleitorais. Em agosto de 2018, o Ibope apontava 20% de votos para o candidato do PSL, no início de setembro, após a facada, esse percentual chegou a 22% e, mais tarde, 26%<sup>17</sup>. O acontecimento afastou Bolsonaro da campanha eleitoral presencial por algumas semanas, mas, por outro lado, garantiu-lhe muito mais tempo de tela nas grandes mídias do que seus adversários e lhe permitiu não participar dos debates e, conseqüentemente, não arriscar o apoio que estava recebendo de muitos eleitores. Apesar das controvérsias, a campanha de Bolsonaro foi bem-sucedida, e ele venceu as eleições presidenciais de 2018, após derrotar, no segundo turno, o candidato do PT, Fernando Haddad<sup>18</sup>.

---

<sup>17</sup> Pesquisa completa disponível em: GAZETA DO POVO. Ibope mostra Bolsonaro em primeiro lugar na disputa presidencial. Gazeta do Povo, [s.l.], 5 set. 2018. Disponível em: <https://especiais.gazetadopovo.com.br/eleicoes/2018/pesquisas-eleitorais/ibope/ibope-mostra-bolsonaro-em-primeiro-lugar-na-disputa-presidencial/>

<sup>18</sup> O pleito eleitoral de 2018 encerrou com 57.797.847 de votos registrados para Jair Messias Bolsonaro (PSL), 55,13% dos válidos, e 47.040.906 de votos para Fernando Haddad (PT), 44,87% dos votos válidos (Apuração..., 2022).

No dia 1º de janeiro de 2019, Bolsonaro sobe a rampa do Palácio do Planalto como presidente do Brasil eleito democraticamente. O feito marca o fim da dicotomia PSDB e PT vivenciada na democracia brasileira a partir das eleições presidenciais de 1994 — desde a metade da década de 1990, os dois partidos políticos disputaram o cargo eletivo mais alto do país, de modo que estiveram sempre em 1º e 2º lugar nas intenções de votos. Mas, para além disso, a vitória de Bolsonaro significou a ascensão da extrema direita e do conservadorismo no Brasil.

Para a discussão, considera-se a definição de extrema direita de Cus Mudde em sua obra *The ideology of the extreme right* (2000). Muito além do liberalismo econômico e do livre mercado, as perspectivas políticas de extrema direita defendem “[...] o pensamento de lei e de ordem, [...] o aumento do uso da força policial como solução para a violência”, o anti-comunismo, antiparlamentarismo, anti-pluralismo, o racismo e xenofobia” (Mudde, 2000, p. 207 *apud* Lima, 2019, p. 11-13). Trata-se, sugere o autor, de um conjunto de características “antidemocráticas” (Mudde, 2000, p. 207 *apud* Lima, 2019, p. 72-74).

E não é só no Brasil que esse espectro político ganhava força naquele momento. Em diversos outros países do mundo, lideranças e partidos com ideais semelhantes estavam se estabelecendo, conquistando a opinião pública e ocupando o poder. A extrema direita funciona de forma diferente em cada lugar do mundo, entretanto, praticamente todas elas são marcadas por “autoritarismo, nacionalismo integral” e suas variantes locais: “America First”, “O Brasil acima de tudo” etc., intolerância religiosa ou étnica (racista) contra o “Outro”, violência policial/militar como única resposta aos problemas sociais e criminalidade (Lowy, 2020, p. 13).

No caso do Brasil, como a elite também estava órfã de um líder de direita com força política para vencer as eleições, o momento foi oportuno para Bolsonaro. A direita aproveitou a “onda” de crescimento do candidato do PSL à medida que Bolsonaro se mostrou o único capaz de derrotar o PT nas urnas. O bolsonarismo não foi criado propositalmente para ser uma nova política no país, mas diversos grupos sociais — em partes, extremistas — enxergaram algum tipo de benefício e se uniram ao movimento que estava se formando. Sobre isso, Giroto (2020, p. 122) afirma na conclusão de sua tese de doutorado:

Manejando a onda conservadora, o bolsonarismo atraiu todo um conjunto de setores descontentes e ressentidos, todos unidos pelo antipetismo.



Evangélicos, lavajatismo, militaristas, classe média reacionária, elite financeira, empreendedores, corporações médicas etc, grupos de empresários, grileiros e ruralistas, armamentistas, enfim, uma miríade de segmentos distintos atenderam ao chamado bolsonarista para a formação de um campo político conservador em oposição ao PT. Esses segmentos não foram criados pelo bolsonarismo, mas tiveram nele uma voz pública e uma identidade coletiva necessárias para poder surgir como alternativa política em âmbito nacional. Através das redes sociais da internet – com amplos recursos a fakenews e “robôs” – o bolsonarismo deu corpo ao que antes eram agrupamentos de subculturas reacionárias e ressentidas.

A união de vários grupos com pensamentos e posicionamentos que se convergiam e, por tempos, já não se viam em alguém, encontraram, em Bolsonaro, um ator político que externalizava suas vontades e seus ódios adormecidos.

### 2.1.2 Por que Jair Bolsonaro?

A figura de Bolsonaro começou a ganhar força aos poucos, apropriando-se de discursos e opiniões adormecidas em uma parcela da população: falas em favor do armamento<sup>19</sup>, agressões aos direitos humanos, a LGBTfobia e a misoginia<sup>20</sup>. “Bolsonaro utiliza o discurso do medo para respaldar-se num país que há a construção de um imaginário no qual um delinquente é sempre um “outro” distante do “cidadão de bem” e que obstrui o bom andamento da sociedade” (Cioccarì; Persichetti, 2018, p. 206).

Os veículos de comunicação também possuem uma grande influência nesse processo, uma vez que construíram (e constroem) pautas em cima de falas problemáticas do político e o ajudam a encontrar seus semelhantes espalhados pelo país. Os atores políticos já entenderam a influência que os veículos possuem, não só nos grandes espaços de mídia tradicional, mas também na internet. Sobre o caso de Jair Bolsonaro, Cioccarì e Persichetti (2018, p. 203) afirmaram:

Os movimentos da política na Sociedade do Espetáculo disputam, cada vez mais intensamente, espaços de visibilidade midiática, para viabilizar suas ideias e construir sua imagem. [...] Identificamos, no caso do parlamentar, além de elementos oriundos do espetáculo, um forte discurso de ódio e medo, propagado pela sua apologia às armas. A imprensa, em contrapartida, veicula

---

<sup>19</sup> CNN. Arma é garantia para preservar a democracia, não “interessam os meios usados”, diz Bolsonaro. CNN Brasil, [s.l.], 17 maio 2022. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/armas-e-garantia-para-preservar-a-democracia-nao-interessam-os-meios-usados-diz-bolsonaro>. Acesso em: 14 de janeiro de 2023.

<sup>20</sup> SALVADOR, Susana. Mulheres, ditadura, gays: 10 frases polêmicas de Bolsonaro. Diário de Notícias, [s.l.], 8 out. 2018. Disponível em: <https://www.dn.pt/mundo/mulheres-ditadura-gays-10-frases-polemicas-de-bolsonaro-9968430.htm>. Acesso em: 14 de janeiro de 2023

intensamente esses posicionamentos, gerando uma espetacularização do processo.

Atualmente, nem sempre os políticos precisam dos grandes veículos de comunicação. As redes sociais possibilitaram um grande alcance do eleitorado, de maneira *on-line*, sem depender das grandes mídias. O que pode ser perigoso, já que a internet ainda possui pouca legislação ao que compete a compartilhamento de informações falsas. Há algumas funcionalidades dentro das mídias sociais que ajudam a identificar e sinalizar desinformação, entretanto, devido à quantidade de conteúdo disseminado, nem tudo é possível de ser verificado.

Dessa forma, o ambiente digital é propício para que figuras políticas compartilhem suas ideias na íntegra, sem edição e sem o filtro profissional que caracteriza a mediação historicamente desempenhada pela imprensa. Diversas das falas de Bolsonaro, ao longo da campanha e antes dela, reforçaram o fenômeno da despolitização, que tirou a responsabilidade de problemas político-sociais do país de si e de outros representantes em cargos eletivos — desde que não sejam seus adversários — e culpabilizou exclusivamente às instituições públicas. Em 2018, Eduardo Bolsonaro, então deputado federal pelo Rio de Janeiro, ao ser questionado em uma palestra sobre a possibilidade de o Supremo Tribunal Federal impedir que seu pai assumisse a presidência em caso de vitória no primeiro turno das eleições, ele respondeu: “Eu não acho isso improvável, não. Mas aí vai ter que pagar para ver. Será que eles vão ter essa força mesmo? O pessoal até brinca lá: se quiser fechar o STF, você sabe o que você faz? Você não manda nem um jipe. Manda um soldado e um cabo. Não é querer desmerecer o soldado e o cabo não”<sup>21</sup>.

Aliado a isso, Jair adotou um discurso populista em sua campanha de 2018. Colocando-se sempre como muito acessível aos eleitores, como alguém que os entende na sua completude, que sabe seus anseios e suas vontades. As redes sociais ajudaram bastante nessa proximidade, seja com postagens curtas de texto no Twitter ou com *lives* no Instagram, Tiktok e/ou Youtube. Mas esse posicionamento pode abalar - e abalou como veremos mais à frente - o sistema democrático. “A ideologia populista reduz a democracia ao seu cerne: o princípio da soberania do povo. O

---

<sup>21</sup> G1. Em vídeo, filho de Bolsonaro diz que para fechar o STF basta 'um soldado e um cabo'. G1, [s.l.], 21 out. 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/noticia/2018/10/21/em-video-filho-de-bolsonaro-diz-que-para-fechar-o-stf-basta-um-soldado-e-um-cabo.ghtml>. Acesso em: 23 jan. 2023.

populismo considera ‘governo do povo, para o povo’ literalmente e rejeita todos os freios e contrapesos à vontade popular” (Jagers; Walgrave, 2007, p. 332 *apud* Batista; Hauber; Orlandini, 2022, p. 107).

Em 2018, a campanha de Jair Bolsonaro pouco foi propositiva. Então, entende-se que apresentar ideias para melhorar a vida dos brasileiros não era o foco. Os envolvidos se atentaram para entender e externalizar exatamente o que as pessoas estavam sentindo e queriam ouvir de um representante. Moura e Coberllini (2019, p. 66), em seu livro *A Eleição Disruptiva: Por que Bolsonaro Venceu*, afirmam que, em épocas de crise, o ódio também fala ao coração. O ódio contra a política tradicional, contra a corrupção, contra a violência, contra as ameaças aos valores da família cristã, contra o “socialismo” em todas as suas variantes, contra o PT (Moura; Coberllini, 2019, p. 66)

### **2.1.3 O governo Bolsonaro**

O mandato presidencial de Jair Messias Bolsonaro, exercido de 2019 a 2022, foi marcado por uma série de atos inconsequentes que resultaram na morte de milhares de brasileiros no contexto da pandemia da covid-19. Bolsonaro conseguiu aprovar, em seu mandato, algumas reformas econômicas que estavam há bastante tempo em pauta, uma delas foi a reforma da previdência em 2 de outubro de 2019. Outro feito foi a aproximação com os Estados Unidos e com outros países, principalmente os governados por direitistas.

Em relação à covid-19, sua gestão é considerada desastrosa. O governo Bolsonaro foi amplamente criticado por sua resposta à pandemia, que incluiu minimização da gravidade da doença, desincentivo ao uso de máscaras, resistência à adoção de medidas de distanciamento social, atraso na compra de vacinas, intervenção no Ministério da Saúde e troca de ministros. O Brasil se tornou um dos países com o maior número de mortes causadas pela covid-19 no mundo<sup>22</sup>, mortes

---

<sup>22</sup> Conforme dados do portal de pesquisas globais Our World in Data, atualmente (consulta em 2 de julho de 2023), o Brasil é o segundo país com maior número absoluto de mortos pela Covid-19, superando 700 mil pessoas, atrás apenas dos Estados Unidos da América, que soma mais de 1,1 milhão. MATHIEU, Edouard; RITCHIE, Hannah; RODÉS-GUIRAO, Lucas et al. Coronavirus (COVID-19) Deaths. Our World in Data, [s.l.], 8 ago. 2023. Disponível em: <https://ourworldindata.org/covid-deaths>. Acesso em 18 ago. 2023.

que poderiam ser evitadas se as medidas indicadas pela Organização Mundial da Saúde tivessem sido seguidas.

Bolsonaro foi criticado também por suas políticas ambientais, ou melhor, pela falta delas. Leis de proteção ambiental foram flexibilizadas e contribuíram para o aumento do desmatamento na Amazônia<sup>23</sup> e do garimpo ilegal<sup>24</sup>. Ademais, ainda houve a negação da existência das mudanças climáticas, o que abalou a relação com diversos países que, inclusive, contribuíam para o Fundo da Amazônia<sup>25</sup>.

Outras crises políticas também fizeram parte do Governo. Muitos foram os escândalos, não só envolvendo o presidente, mas também seus filhos que sempre se colocaram presentes durante o mandato por meio de rachadinhas, contestação de decisões do Supremo Tribunal Federal — que contribuiu para enfraquecimento do órgão perante a população —, demissões de ministros e outros aliados de governo, incluindo o Ministro da Justiça Sérgio Moro, interferência direta em ministérios e outros órgãos independentes, como a Polícia Federal. Mais tarde, o STF chegou a abrir um inquérito para investigar a disseminação de *fake news* e de ameaças contra ministros do tribunal, que levou à prisão de vários aliados do presidente, incluindo o ex-deputado federal e presidente do PTB, Roberto Jefferson, em 23 de outubro de 2022.

A disseminação de desinformação sempre esteve presente no cotidiano do ex-presidente Jair Bolsonaro. A campanha eleitoral foi marcada por isso e, durante seu mandato, não foi diferente, visto que ele realizou declarações falsas e propagou teorias conspiratórias em seus discursos e nas redes sociais. Desde negar a real gravidade da pandemia aos brasileiros, deslegitimar a imprensa e outros poderes,

---

<sup>23</sup> Entre 2019 e 2022, durante o mandato do ex-presidente Jair Bolsonaro (PL), a área derrubada atingiu 35.193 quilômetros quadrados. O tamanho é maior do que os estados de Sergipe e Alagoas juntos. Na comparação com os quatro anos anteriores, o aumento foi de quase 150%. Ver: PAJOLLA, Murilo. Com Bolsonaro, desmatamento na Amazônia cresce 150%, pior marca já registrada pelo Imazon. Brasil De Fato, Lábrea, 20 jan. 2023. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2023/01/20/com-bolsonaro-desmatamento-na-amazonia-cresce-150-pior-marca-ja-registrada-pelo-imazon#:~:text=Entre%202019%20e%202022%2C%20durante,aumento%20foi%20de%20quase%20150%25>. Acesso em 18 ago. 2023.

<sup>24</sup> Garimpo ilegal cresceu 54% nas terras yanomamis no último ano do governo Bolsonaro. Entre 2018 e 2022, foram mais de 5 mil hectares de terras devastadas pelo garimpo. LUCENA, André. Garimpo ilegal cresceu 54% nas terras yanomamis no último ano do governo Bolsonaro. Carta Capital, [s.l.], 01 fev. 2023.

Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/sociedade/garimpo-ilegal-cresceu-54-nas-terras-yanomamis-no-ultimo-ano-do-governo-bolsonaro/>. Acesso em 2 de julho de 2023.

<sup>25</sup> O Fundo da Amazônia tem o objetivo de captar recursos para ações de prevenção, monitoramento e combate ao desmatamento, e de promoção da conservação e do uso sustentável da Floresta Amazônica e de outros biomas do Brasil e outros países. Leia mais sobre em: <https://www.fundoamazonia.gov.br/>

como o Supremo Tribunal Federal, e até forçar a ideia de que a esquerda planeja uma ditadura comunista no Brasil, bem como que há uma “guerra cultural” em curso e que os incêndios na Amazônia são provocados por ONGs estrangeiras. Essas e outras inverdades espalhadas foram citadas nos relatórios da comissão parlamentar de inquérito (a CPI da Pandemia), que acusa a família Bolsonaro de agravar a pandemia de covid-19 através de uma campanha de desinformação e coloca Jair como “líder e porta-voz” das *fake news* no país (Oliveira, 2020).

Desde a época da campanha, também, Bolsonaro utilizou suas redes sociais como o principal canal de informação, opondo-se aos grandes meios de comunicação. No seu governo, isso se intensificou, transformando suas redes sociais pessoais em canais privilegiados de comunicados do Estado, tratando de assuntos de interesse público, que envolve todos os brasileiros, não só seus apoiadores e/ou seguidores. De acordo com estudo realizado por Pinheiro (2021, p. 165), “[...] a audiência referente a assuntos pertinentes ao governo federal se concentra nas páginas do presidente e não nos canais institucionais”, de modo que é possível constatar, também, que opiniões pessoais se entrecruzam com temas presentes no espaço público.

Devido à propagação sistemática de desinformação, o governo Bolsonaro foi criticado por organizações de mídia e de defesa dos direitos humanos. Ao final do mandato, depois de todas as polêmicas, o ex-presidente já não tinha mais a mesma força que em 2018. Isso já havia sido notado em 2020, nas eleições municipais, em que grande parte dos seus apoiadores não conquistaram os cargos eletivos, incluindo nas maiores cidades. Bolsonaro chegou a alcançar 53% da população insatisfeita com sua gestão entre dezembro e setembro de 2021<sup>26</sup>.

#### **2.1.4 A disputa Bolsonaro x Lula em 2022**

Ainda durante a pandemia, quando Jair Messias Bolsonaro perdia forças, Luiz Inácio Lula da Silva, que esteve preso entre 7 de abril de 2018 e 8 de novembro de 2019, retornava à cena política com liberdade. Em 2021, o STF anulou as condenações de Lula no caso do *triplex* do Guarujá e no caso do sítio de Atibaia, sob

---

<sup>26</sup> Leia mais sobre a pesquisa em: PINOTTI, Fernanda. No fim de governo, Bolsonaro tem aprovação de 39% e reprovação de 37%, diz Datafolha. CNN Brasil, São Paulo, 30 dez. 2022. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/no-fim-de-governo-bolsonaro-tem-aprovacao-de-39-e-reprovacao-de-37-diz-datafolha>. Acesso em 18 ago. 2023.

o argumento de que o ex-juiz Sérgio Moro não agiu com imparcialidade nos processos. Com isso, Lula recuperou seus direitos políticos e se tornou novamente elegível, colocando-se como candidato à presidência.

Uma vez que havia Bolsonaro e Lula como candidatos ao cargo eletivo mais alto no país em uma mesma eleição, esperava-se uma grande polarização e um resultado imprevisível, marcado por uma disputa acirrada dos eleitores indecisos. De fato, foi o cenário que tivemos. No primeiro turno, 2 de outubro de 2022, o candidato do PT conquistou 57.259.504 de votos, 48,43% do total de válidos, e o candidato do PL 51.072.345 de votos, 43,20% dos válidos. Em 30 de outubro de 2022, ao fim da apuração do segundo turno, o STF confirmou a vitória de Lula, com 50,83% dos votos válidos, 60.345.999 de votos, quanto Bolsonaro finalizou o processo com 49,10%, 58.206.354 de votos<sup>27</sup>.

De qualquer forma, a vitória da oposição não significa o fim do bolsonarismo.

O bolsonarismo independe de Bolsonaro e sempre existiu na nossa sociedade. [...] é a manifestação na política a partir da cristalização de um conjunto de valores que historicamente a sociedade brasileira considerava retrógrados, e que de 2013 pra cá foram gradativamente criando relevância... [...] São valores como o machismo, a xenofobia, como racismo... [...] O bolsonarismo é maior de Bolsonaro, está inclusive achando que Bolsonaro está cada vez demonstrando mais limitações para defender seus interesses. Então, não é porque Bolsonaro está perdendo apoio que o bolsonarismo está acabando (Cervi, 2020<sup>28</sup>).

Assim como o cientista político Emerson Cervi afirmou em entrevista, o bolsonarismo não, necessariamente, nasceu com Bolsonaro. O bolsonarismo unificou grupos que, talvez, não se unissem em um outro momento — a direita, os conservadores, os defensores do armamento, os cristãos, os agropecuaristas, os insatisfeitos com os governos anteriores — e mostrou que podem ter muita força juntos. O Brasil continuou assistindo os impactos dessa união após o resultado das eleições presidenciais de 2022.

---

<sup>27</sup> Relatório completo disponível no portal Resultados do Tribunal Superior Eleitoral. RESULTADOS. [s.l.]: Tribunal Superior Eleitoral, 2022. Versão 6.1.5. Disponível em: <https://resultados.tse.jus.br/oficial/app/index.html#/eleicao/resultados>. Acesso em: 26 dez. 2022.

<sup>28</sup> Informação verbal, concedida em entrevista. Ver: ANÁLISE da conjuntura política. Assembleia Legislativa de Minas Gerais, [s.l.], 6 jul. 2020. Disponível em: <https://www.almg.gov.br/comunicacao/tv-assembleia/videos/video?id=1520195&tagLocalizacao=88>. Acesso em 18 ago. 2023.

### 2.1.5 “S.O.S FFAA salvem o Brasil”: as manifestações pós eleições presidenciais de 2022

Após a proclamação do resultado das eleições presidenciais em 2022, uma parte da oposição de Lula não aceitou sua vitória e optou por manifestar-se contra o resultado legítimo das urnas. Os apoiadores de Bolsonaro passaram a ocupar rodovias irregularmente e as frentes dos quartéis, pedindo intervenção federal e militar e o fechamento de órgãos federais<sup>29</sup>, em que frases como “S.O.S FFAA salvem o Brasil” (a abreviação correta de Forças Armadas é FA) eram comuns, como se vê na figura 2 a seguir.

**Figura 2 — Manifestações antidemocráticas em frente à sede do Comando Militar do Leste (CML), no centro do Rio de Janeiro, Brasil, em 15 de novembro de 2022**



Fonte: Matéria jornalística do portal Agência Amazônia<sup>30</sup>

<sup>29</sup> Bolsonaroistas se reuniram em atos antidemocráticos em 24 estados e no DF (ver: G1. Bolsonaroistas se reuniram em atos antidemocráticos em 24 estados e no DF. G1, [s.l.], 2 nov. 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2022/noticia/2022/11/02/atos-bolsonaristas-quarteis-brasil.ghtml>. Acesso em: 12 de agosto de 2023); Um mês depois das eleições, manifestantes bolsonaristas ainda resistem acampados próximos a quartéis-generais (ver: UM MÊS depois das eleições, manifestantes bolsonaristas ainda resistem acampados próximos a quartéis-generais. Brasil 61, [s.l.], 30 nov. 2022. Disponível em: <https://brasil61.com/n/um-mes-depois-das-eleicoes-manifestantes-de-direita-ainda-resistem-acampados-proximos-a-quarteis-generais-bras227523>. Acesso em: 12 de agosto de 2023); Após 70 dias, chega ao fim acampamentos bolsonaristas em frente aos quartéis (ver: NINJA. Após 70 dias, chega ao fim acampamentos bolsonaristas em frente aos quartéis. Mídia Ninja, [s.l.], 9 jan. 2023. Disponível em: <https://midianinja.org/news/apos-70-dias-chega-ao-fim-acampamentos-bolsonaristas-em-frente-aos-quarteis/>. Acesso em 18 ago. 2023.).

<sup>30</sup> FALBO, Luciano. Radicalismo da extrema-direita no Brasil vai depender do desempenho de Lula no governo. Agência da Amazônia, Manaus, 12 dez. 2022. Disponível em:

Manifestações a favor de intervenção militar e de fechamento do Congresso e de outros órgãos fundamentais para o funcionamento do Estado de Direito são antidemocráticas e ilegais. É inconstitucional, no Brasil, contestar resultados legítimos das urnas eletrônicas sem provas concretas, bem como incitar a intervenção do Exército nos demais poderes nacionais. A apologia à ditadura militar é crime, previsto na Lei de Segurança Nacional (Lei 7.170/83), na Lei dos Crimes de Responsabilidade (Lei 1.079/50) e no próprio Código Penal (artigo 287). E, em relação ao resultado eleitoral, quando se há dúvidas, o que pode ser feito é a abertura de um processo formal, via TSE, com indícios robustos que comprovem a alegação, a chamada Ação de Impugnação de Mandato Eletivo (AIME). Sobre a AIME, o jornalista Marcos Aurélio Silva (2022) registrou o apontamento do advogado eleitoral Dyogo Crosara:

É possível que se faça uma Aime em um caso de erro na votação. Há previsão legal. Mas, como em todos outros caminhos, este exige que se tenha provas. É preciso ser procedência. Desde 1978 não temos nenhum caso de impugnação por erro no processo de votação. A partir de 1998, com o processo da urna eletrônica, não houve sequer o questionamento (Silva, M. A., 2022).

Diferente de outros atos político-sociais já vistos, esse se estendeu por dias, semanas e meses. Começou de forma mais intensa, no próprio 30 de outubro de 2022, dia em que se confirmou o resultado das urnas, mas seguiu até, pelo menos, 8 de janeiro de 2023, já com Lula empossado e governando o país. Foram ocupações de vias públicas, acampamentos em frente a quartéis do exército, queima de materiais em espaços públicos, desfiles de caminhoneiros, vandalismo (ou terrorismo), tal como exemplificado nas imagens a seguir.



**Figura 3 — Apoiadores de Bolsonaro bloqueiam a rodovia BR-060, em Abadiânia (GO), em 31 de outubro de 2022.**



Fonte: Fotografia de Ueslei Marcelino para matéria jornalística do portal CNN Brasil<sup>31</sup>

**Figura 4 — Bolsonaroistas oram contra a volta de Lula ao poder em espaço exclusivo para manifestações religiosas dentro de acampamento em frente ao QG do Exército em Brasília, dia 19 de novembro de 2022.**



Fonte: Cobertura jornalística do portal Carta Capital dentro do acampamento dos manifestantes em Brasília.<sup>32</sup>

<sup>31</sup> FALBO, Luciano. Radicalismo da extrema-direita no Brasil vai depender do desempenho de Lula no governo. Agência da Amazônia, Manaus, 12 dez. 2022. Disponível em: <https://aamazonia.com.br/radicalismo-da-extrema-direita-no-brasil-vai-depender-do-desempenho-de-lula-no-governo/>. Acesso em 18 ago. 2023.

<sup>32</sup> MATOS, Alisson. Revolta, esperança e delírio: um dia no acampamento bolsonarista em Brasília. Carta Capital, [s.l.], 20 nov. 2022. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/politica/revolta-esperanca-e-delirio-um-dia-no-acampamento-bolsonarista-em-brasilia/>. Acesso em 18 ago. 2023.

**Figura 5 — Bolsonaroistas fazem churrasco em frente ao quartel do Exército, em Campo Grande, em 1 de novembro de 2022.**



Fonte: Foto de Paulo Francis - Campo Grande News.

**Figura 6 — Acampamento no QG do Exército, Porto Alegre, 15 de novembro de 2022.**



Fonte: Jonathan Heckler / Agência RBS.

Em 8 de janeiro de 2023, bolsonaristas, até então acampados em frente a quartéis, invadiram e vandalizaram a Praça dos Três Poderes e os prédios públicos em Brasília: o Congresso Nacional, o Superior Tribunal Federal e o Palácio do Planalto. Chamados de atos terroristas nas capas de dezenas de jornais nacionais e internacionais, os atos foram responsáveis pela depredação de centenas de itens de patrimônio público, incluindo obras de arte muito valiosas e presentes de outras nações mundiais. Estima-se que o prejuízo total chegou a R\$ 21 milhões, e 1,4 mil pessoas foram presos<sup>33</sup>.

<sup>33</sup> Segundo informações de matéria jornalística divulgada no Portal R7 Brasília. Ver: FERNANDES, Augusto. Invasão em Brasília completa um mês; prejuízo chegou a R\$ 21 milhões, e 1,4 mil foram

“Relatórios de inteligência em poder do governo indicaram que 100 ônibus com 3.900 pessoas chegaram a Brasília com disposição de retomar protestos de rua contra a eleição do presidente Lula no domingo, dia 8” (8 DE JANEIRO..., 2023). A facilidade de acesso dessas pessoas aos prédios públicos naquele dia colocou em suspeita uma possível omissão do Governo do Distrito Federal (DF) em conter os atos.

Assim, a “Intervenção Federal” foi colocada em prática, não como os manifestantes estavam esperando, mas de modo a dar poderes ao Presidente da República na área de segurança pública, que era de responsabilidade do DF<sup>34</sup>. Instantaneamente, algumas mudanças foram iniciadas, “[...] fizeram com que o governador Ibaneis Rocha (MDB) fosse afastado do cargo por 90 dias, bem como motivaram a demissão do secretário de Segurança Pública Anderson Torres, que está preso pela suspeita de ter facilitado a ação dos extremistas” (Fernandes, 2023).

**Figura 7 — Atos de vandalismo no dia 8 de janeiro de 2023 em Brasília – DF**



Fonte: Fotografia por Ton Molina em matéria jornalística do portal O Tempo<sup>35</sup>.

---

presos. R7, Brasília, 8 fev. 2023. Disponível em: <https://noticias.r7.com/brasil/invasao-em-brasil-completa-um-mes-prejuizo-chegou-a-r-21-milhoes-e-14-mil-foram-presos-08022023>. Acesso em 18 ago. 2023.

<sup>34</sup> Intervenção federal na segurança pública do DF vai a promulgação. Ver: AGÊNCIA SENADO. Intervenção federal na segurança pública do DF vai a promulgação. Senado Notícias, Brasília, 10 jan. 2023. <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2023/01/10/intervencao-federal-na-seguranca-publica-do-df-vai-a-promulgacao>. Acesso em 18 ago. 2023.

<sup>35</sup> GAMBA, Karla. Sobem para 1.500 o número de presos após atos terroristas em Brasília. O Tempo, [s.l.], 9 jan. 2023. Disponível em: <https://www.otempo.com.br/politica/governo/sobe-para-1-500-o-numero-de-presos-apos-atos-terroristas-em-brasil-1.2794846>. Acesso em 18 ago. 2023.

Casos de agressão à imprensa foram identificados, tanto em acampamentos<sup>36</sup> como na invasão em Brasília — ao menos 14 jornalistas foram violentados ou tiveram equipamentos roubados nesse dia<sup>37</sup>. Desde o início do movimento, no final de outubro de 2022, os manifestantes e, posteriormente, vândalos, não dependiam de veículos de comunicação para passar sua mensagem, o Whatsapp, o Telegram e outras redes sociais, como Tiktok foram suas ferramentas essenciais. Foi dessa forma que reuniram mais participantes e, também, é dessa forma que a polícia têm identificado os participantes e os impulsionadores do 8 de janeiro — além dos sistemas de câmeras de gravação dos prédios públicos invadidos. Até o final do primeiro semestre de 2023, a Corte do STF tornou réus 1.290 pessoas e cerca de 250 continuavam presos sob a acusação de atuarem como autores e instigadores dos atos<sup>38</sup>.

**Figura 8 — Policiais prendem manifestantes de atos golpistas em Brasília em 8 de janeiro.**



Fonte: Fotografia por Ton Molina em matéria jornalística do O Globo.<sup>39</sup>

<sup>36</sup> REDAÇÃO; RBS TV; G1 RS. Equipe de TV é agredida por bolsonaristas em Porto Alegre; VÍDEO. G1, Porto Alegre 3 jan. 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2023/01/03/equipe-de-tv-e-agredida-por-bolsonaristas-em-porto-alegre-video.ghtml>

<sup>37</sup> LEON, Lucas Pordeus. 14 jornalistas foram agredidos por bolsonaristas em atos de terrorismo. Radioagência, Brasília, 9 jan. 2023. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/politica/audio/2023-01/14-jornalistas-foram-agredidos-por-bolsonaristas-em-atos-de-terrorismo>.

<sup>38</sup> Informações oficiais retiradas de matéria publicada pela Agência Brasil. Ver: RITCHER, André. STF torna réus mais 45 envolvidos nos atos golpistas de 8 de janeiro. Radioagência, Brasília, 26 jun. 2023. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/justica/noticia/2023-06/stf-torna-reus-mais-45-envolvidos-nos-atos-golpistas-de-8-de-janeiro#:~:text=A%20maioria%20dos%20ministros%20do,desde%20o%20in%C3%ADcio%20das%20investiga%C3%A7%C3%B5es>. Acesso em 18 ago. 2023

<sup>39</sup> MUNIZ, Mariana. Presos em atos golpistas de 8 de janeiro só poderão receber visitas com autorização de Moraes. O Globo, Brasília, 24 fev. 2023. Disponível em:

## 2.2 O TIKTOK

O TikTok é uma plataforma de mídia social para compartilhamento de vídeos curtos. Nasceu com a ideia básica de permitir que os usuários criem vídeos de até 60 segundos, com músicas, efeitos e filtros, que podem ser compartilhados com outros usuários. A plataforma foi criada pela empresa chinesa ByteDance em setembro de 2016, com o nome de Douyin. O aplicativo foi inicialmente lançado apenas na China e se tornou muito popular entre os usuários de *smartphones* no país. Em 2017, a ByteDance adquiriu o aplicativo Musical.ly, que também permitia aos usuários criar e compartilhar vídeos curtos com música de fundo. A empresa decidiu, então, integrar o Musical.ly ao Douyin e lançar a plataforma combinada sob o nome de TikTok para o mercado internacional em outubro de 2018.

### 2.2.1 A potência do aplicativo chinês

O TikTok rapidamente se tornou popular e é, agora, um dos aplicativos de mídia social mais utilizados do mundo. São mais de 3 bilhões de *downloads* e um terço de todos os usuários de redes sociais do planeta. Tudo isso em menos de quatro anos, desde seu lançamento, em 2016, até meados de 2020 — outras mídias sociais como Facebook e Instagram levaram cerca de uma década para alcançar números próximos. Mensalmente, são mais de 1 bilhão de usuários ativos. Dos 4,8 bilhões de usuários da internet em todo o mundo, 20,83% usam o TikTok. Dos 4,48 bilhões de usuários ativos de redes sociais, 22,32% usam o TikTok regularmente. Com uma avaliação de US\$110 a US\$180 bilhões, a empresa controladora do TikTok & Douyin, é, agora, a *startup* mais valiosa do mundo. Em 2019, o TikTok mais que dobrou sua receita, pois atingiu US\$17 bilhões, que é um número bem acima dos US\$7,4 bilhões do ano anterior. (DEAN, 2022)

O aplicativo chinês é a rede social com maior engajamento do mundo, com uma duração média de sessão de 10,85 minutos. Isso é o dobro do Pinterest, plataforma de fotos e vídeos inspiracionais, que aparece na segunda posição com 5,06 minutos. Em 2019, o tempo total gasto no TikTok foi de 68 bilhões de horas. Globalmente, o

tempo médio gasto no TikTok é de 52 minutos por dia, além de que 90% dos usuários acessam diariamente. O tempo médio da sessão é de 10,85 minutos, o que o torna o aplicativo com mais engajamento atualmente (Dean, 2022)

Observando especificamente o cenário brasileiro, conforme dados da DataReportal, o Brasil tem 82,2 milhões de usuários com 18 anos ou mais, número que é inferior apenas ao dos Estados Unidos (113,3 milhões) e ao da Indonésia (109,9 milhões)” (Ranking mostra..., 2023). Segundo dados do relatório Transformação Digital na América Latina, elaborado pela Atlantico e publicado em 20 de setembro de 2022, os brasileiros estão passando mais tempo no TikTok do que em outras redes. Em 2021 e 2022, passaram 14 e 20 horas semanais no TikTok, respectivamente. A única outra rede social que não viu uma diminuição nas estatísticas de uso semanais foi o Instagram, que passou de 14 para 16 horas semanais em 2022. Mesmo assim, ficou atrás do TikTok (Schurig, 2022).

### **2.2.2 Mais do que uma rede social**

De fato, o Tiktok é diferente das outras redes sociais. Não é mais um aplicativo com foco em interação com amigos ou influenciadores favoritos. Logo ao abrir a aplicação em um *smartphone*, automaticamente o usuário é direcionado para uma aba com nome “Para você”, um *feed* infinito de publicações que se relacionam com seus interesses. E esses interesses não são apenas aqueles básicos que definimos mecanicamente ao criar uma conta em algum canal, são interesses identificados pelo algoritmo do Tiktok com base na experiência de cada usuário, tempo de exibição de cada vídeo, curtidas, comentários, salvamentos, compartilhamentos etc., somados à inteligência artificial. Mais do que uma rede social, o Tiktok se torna uma plataforma de entretenimento.

“Se no buscador do Google, temos que saber o que queremos pesquisar, o TikTok promete revelar nossos desejos mais profundos, mesmo que estejamos inconscientes do que intencionamos” (Giorgi, 2022). O aplicativo também funciona para acompanhar os conteúdos produzidos por usuários seguidos, através da aba “Seguindo”. Mas, mesmo seguindo zero contas, a ferramenta funcionará normalmente, justamente por não focar em usuários terceiros, mas em conteúdos que são produzidos e no interesse de quem está assistindo.

Além disso, a aplicação chinesa é a primeira “mídia social” pensada exclusivamente para a tela do celular. Diferente de outras que passaram por atualizações posteriores, ela já nasceu oferecendo uma experiência completamente imersiva ao usuário e que se adapta perfeitamente a qualquer *smartphone*. Seja em tela cheia ou no simples deslizar para cima, tudo foi construído estrategicamente conforme a familiaridade com o uso do aparelho celular.

A plataforma também é intuitiva e automatizada para os criadores. É possível recriar vídeos de forma prática, adicionar músicas, acelerar vídeos, fazer montagens e outras edições. Em apenas um clique, o usuário pode optar por “usar este som” e fazer sua própria versão do conteúdo, por exemplo, de maneira rápida e fácil, sem que seja necessária qualquer experiência técnica prévia. “Há instruções lúdicas de como utilizar cada recurso, incentivando os comportamentos imitativos” (CHAGAS; STEFANO, 2022, p. 9).

Outro importante fator é o apelo à viralização. Para Zulli e Zulli (2020), o incentivo à imitação e replicação estão na base da socialidade do TikTok. Nesse sentido, a plataforma ajuda a conceituar o que os autores chamam de públicos de imitação, onde as redes se formam justamente por meio de processos de imitação e replicação, e não de conexões interpessoais e experiências vividas, como acontece na maioria das outras mídias sociais (Chagas; Stefano, 2022, p. 9)

O Tiktok tem uma ferramenta nativa robusta, mas intuitiva, para edição de vídeos, o que permite aos usuários ousarem nas suas criações, mas fazer tudo de forma muito prática, como demonstram as imagens a seguir. Desde cortes simples nas imagens, a adição de efeitos, narração ou trilha sonora.

**Figura 9 — Tela do aplicativo Tiktok com as funcionalidades disponíveis para os usuários criarem os vídeos.**



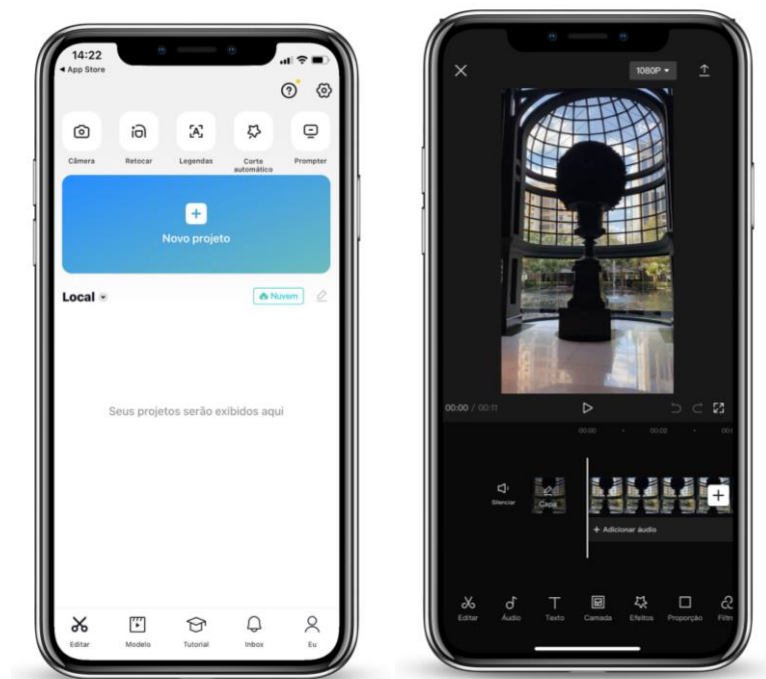
Fonte: Aplicativo Tiktok.

É possível incorporar insumos do próprio aparelho celular — fotos ou vídeos — ou utilizar a função câmera do aplicativo e captar as imagens no momento da criação. Pode-se adicionar efeitos, texto, filtros, sons (há um repositório que a própria ferramenta oferece, mas também é possível copiar sons de outros vídeos já postados), escolher tempo e velocidade dos vídeos. Tudo isso de maneira prática e intuitiva no próprio aplicativo, são poucos cliques antes de publicar na rede.

Além disso, ainda há um aplicativo terceiro, mas também de propriedade da ByteDance, dona do Tiktok, o Capcut, que propicia edições um pouco mais complexas, mas também realizado pelo celular. Por serem da mesma empresa mãe, os aplicativos são interligados, portanto, é absolutamente simples montar um conteúdo audiovisual em um e compartilhar no outro, no caso, do Capcut para o Tiktok.



**Figura 10 — Tela do aplicativo Capcut com as funcionalidades disponíveis para os usuários criarem os vídeos**



Fonte: Aplicativo Capcut.

Assim, ambos os tipos de vídeo com edição, seja com narração ou trilha sonora, mais simples ou um pouco mais completa, podem ser facilmente criados antes da publicação.

Alguns criadores, quando um pouco mais consolidados, ainda conquistam bonificações em dinheiro conforme quantidade de visualizações alcançadas. Essa funcionalidade ainda é recente, foi lançada em 2023 e leva o nome de Programa Criativo Tiktok Beta. Os criadores que tiverem mais de 10 mil seguidores, ao menos 100 mil visualizações nos últimos 30 dias, 18 anos e vídeos de 1 minuto, podem se inscrever no programa. Segundo matéria do G1<sup>40</sup>, “[...] as recompensas são feitas com base nas ‘visualizações qualificadas’, chamadas de Receita por 1 mil impressões (RPM)” que varia de acordo com alguns fatores como: tempo de visualização, engajamento e autenticidade. Uma outra forma de rentabilizar dentro do *app* é através de presentes virtuais em vídeo e *lives*. Os espectadores podem comprar moedas e

<sup>40</sup> CATUCCI, Anaísa; LARA, Lorena; DE OLIVEIRA, Luciana. As quatro maneiras de ganhar dinheiro no TikTok. G1, [s. l.], p. s/n, 3 jul. 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/empreendedorismo/noticia/2023/07/03/as-quatro-maneras-de-ganhar-dinheiro-no-tiktok.ghtml>. Acesso em: 5 ago. 2023

presentes e enviar a criadores por meio de vídeos (de qualquer duração) ou *lives*. (Catucci; Lara; de Oliveira, 2023)

Todos esses mecanismos colaboram para que os usuários passem muito tempo utilizando o Tiktok e, assim, transformam-no no sucesso que é atualmente. A relevância é tanta que, para além da viralização de vídeos criativos para o público jovem, o *app* também tem atingido outros públicos que se engajam no processo político através da plataforma.

O mundo foi transformado pela internet e pelas redes sociais, não seria diferente no âmbito da agenda pública. Atualmente, a internet faz parte do processo político a ponto de, de fato, influenciar nos resultados eleitorais. E não parece ainda ter alcançado seu ápice, está cada vez mais presente e a cada dia disponibilizando novas plataformas comunicacionais para participar do cenário político brasileiro e mundial. Nas eleições presidenciais de 2022, isso ficou ainda mais evidente. Além das trocas de informações entre candidatos e eleitores — ou, simplesmente, discussões entre eleitores — no Facebook, no Instagram, no Twitter e no Whatsapp, que já foram demasiadamente utilizados no pleito de 2018, o Tiktok surgiu como grande protagonista.

O aplicativo de vídeos chinês já vinha se consolidando como o aplicativo do momento, segundo levantamento da empresa de *software* norte-americana Apptopia, é o *app* mais baixado do mundo pelo 3º ano consecutivo, com 672 milhões de downloads em 2022 (Possa, 2023). Conquistou inicialmente o público mais jovem, mas vem sendo cada vez mais usufruído também pelas gerações mais velhas: 66% dos usuários em todo o mundo têm menos de 30 anos de idade e, desses, a maioria possui entre 16 e 24 (Souza, 2022). Entretanto, nos Estados Unidos, esse número vem se transformando, 53% dos usuários, atualmente, possuem mais de 30 anos; entre 2018 e 2020, o número de adultos americanos usando o TikTok cresceu 5,5 vezes (Casagrande, 2022).

Já são mais de 1 bilhão de usuários mensalmente em todo o mundo. No Brasil, há 82,2 milhões de usuários, de modo que o TikTok fica atrás apenas dos Estados Unidos, com 113,3 milhões, e da Indonésia, que conta com 109,9 milhões de usuários (Ranking mostra..., 2023). Dessa forma, o aplicativo se torna relevantes socialmente em diversos âmbitos, seja no consumo, com forte participação das marcas com objetivo capitalista; seja em mudanças de comportamento, com os usuários preferindo

esse ambiente para consumir notícias e entretenimento; seja no processo político, levando a discussão de temas de interesse público para dentro da plataforma de vídeos.

### **2.2.3 Presença no processo político brasileiro**

As redes sociais estão cada vez mais presentes no processo político e os candidatos a cargos eletivos entenderam a importância delas. Segundo levantamento da Agência Câmara realizado com dados do Tribunal Superior Eleitoral, a maioria dos candidatos a deputado federal, em 2022, no Brasil, utilizou o Facebook e o Instagram na campanha. Dos 10.355 candidatos que se inscreveram no TSE para disputar uma vaga na Câmara, 5.048 (49%) têm contas no Facebook e 4.904 no Instagram (47%). E outras redes também são utilizadas, como Twitter, Youtube e Tiktok (Facebook..., 2022).

Os presidentiáveis do último pleito estiveram presentes no ambiente digital antes, durante e após a campanha eleitoral. Só no Instagram, em 27 de novembro de 2022, Lula contava com 11,5 milhões de seguidores e Bolsonaro com 25 milhões. Já no Tiktok, nosso ponto central de análise, na mesma data, Lula possuía 3,9 milhões de assinantes em seu perfil e Bolsonaro 5,1 milhões. Em julho de 2023, Lula conta com 13 milhões no Instagram e 4,4 milhões no Tiktok; enquanto Bolsonaro 25,2 milhões no Instagram e 5,5 milhões no Tiktok.

Não foram encontrados dados específicos da presença de políticos relacionados ao último pleito nacional (2022) no Tiktok. Entretanto, em pesquisa realizada pelo DDoS Lab, projeto de pesquisa e inovação desenvolvido pelo Laboratório de Pesquisa em Comunicação, Culturas Políticas e Economia da Colaboração (coLAB), da Universidade Federal Fluminense (UFF), há números expressivos em relação a presença de políticos entre outubro de 2018 e março de 2022 — antes do fim do prazo de desincompatibilização de cargos segundo o calendário do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) na plataforma. Um total de 300 políticos com conta no TikTok, dos quais 265 (88,3%) mantêm contas ativas. Esses 265 políticos foram responsáveis pela publicação de 23.139 vídeos no total. O partido com mais representantes é o PT, com 47 personagens, em seguida, o União Brasil, com 28 e o PL, com 27 (Chagas; Stefano, 2022, p. 25).

Outro dado relevante levantado pelo relatório é que os partidos de direita conseguem melhores resultados no aplicativo, no que diz respeito à quantidade de visualizações dos vídeos publicados e mesmo no número de seguidores. Os especialistas consideram que isso se dá, principalmente, porque os políticos desse espectro utilizam frequentemente uma linguagem apolítica e repleta de referências ao universo do entretenimento e do humor, incluindo as próprias *trends* da plataforma. Enquanto os políticos de esquerda se comunicam de outras formas, que não alcançam os mesmos números de engajamento.

Os candidatos utilizam essas frentes *on-line* porque o seu público de interesse também está fortemente presente nelas. De acordo com a Agência App Annie, o Tiktok foi a segunda rede social com aplicativo mais baixado em 2021, ficando atrás apenas do Kwai — *app* semelhante, mas mais popular por esquetes e vídeos curtos de humor. No Brasil, dos 126,5 milhões de habitantes com acesso à internet, 97,6% usam redes sociais e 58% desses são usuários do Tiktok, conforme dados da Comscore<sup>41</sup> de 2022.

Como uma plataforma que abriga milhões de jovens que constroem sua identidade subcultural e expõem suas opiniões políticas diariamente a respeito de diferentes temas, o TikTok acaba sendo uma arena fecunda para formação ideológica e política (Castro, 2020 *apud* Chagas; Stefano, 2022, p. 13).

O eleitorado não só acompanha os conteúdos das contas oficiais, como também produz o seu próprio em defesa do seu candidato ou contra o adversário. As *hashtags* #Bolsonaro2022 e #Lula2022, por exemplo, juntas, somam mais de 650 milhões de visualizações no TikTok, segundo dados da própria empresa divulgados em 15 de fevereiro de 2023 (Malê, 2022). O preocupante é que, de acordo com informações da agência de checagem Aos Fatos, dos 50 dos vídeos mais populares de cada um dos candidatos à presidência em 2022, em quase metade (23) dos *posts* realizados por apoiadores de Jair Bolsonaro havia ataques ou desinformação, contra um quarto (12) dos favoráveis a Lula da Silva (Malê, 2022). Mesmo que a plataforma tenha, de modo bem claro, em suas Diretrizes de Comunidade, a proibição de disseminação de desinformação, acordo formal de cooperação assinado com o TSE,

---

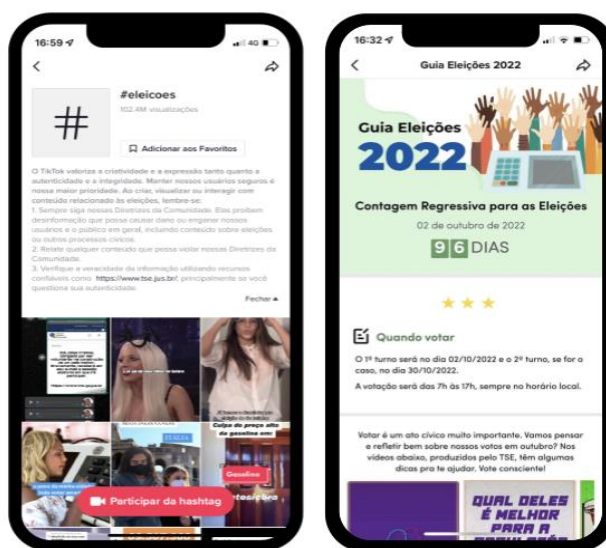
<sup>41</sup> A Comscore é uma empresa norte-americana de análise de dados da internet que fornece insights e relatórios para grandes empresas mundiais. A pesquisa completa em questão pode ser acessada através de: EL ESTADO de Social Media 2022 en América Latina. comscore, [s.l.], 16 mar. 2022. Disponível em: <https://www.comscore.com/lat/Insights/Presentations-and-Whitepapers/2022/El-Estado-de-Social-Media-2022-en-America-Latina>. Acesso em 18 ago. 2023.

como parte do programa de enfrentamento à desinformação eleitoral, e parceria com agência de checagem, ainda é comum deslizar pela *timeline* e encontrar esse tipo de conteúdo, o que pode caracterizar a plataforma como facilitadora para propagação de desinformação.

Pelas características da própria plataforma, contudo, em particular o apelo à viralidade, através do incentivo ao engajamento e sobretudo ao compartilhamento dos vídeos, o TikTok pode se configurar como uma mídia social que facilita a propagação de desinformação (Alonso-López *et al.*, 2021 *apud* Chagas; Stefano, 2022, p. 13).

Em artigo disponível na Sala de Imprensa do site oficial do Tiktok, o diretor de Políticas Públicas do TikTok no Brasil, formalizou uma série de medidas tomadas pela empresa para cooperar com o TSE no período das eleições. Desde o Guia das Eleições, uma página com informações de fontes confiáveis e vídeos de educação midiática — acessada mais de 6.862.792 vezes, entre fevereiro e novembro de 2022 — a “[...] avisos em diversas *hashtags* relacionadas ao tema como uma forma de lembrar as pessoas sobre a importância de seguir as Diretrizes da Comunidade, relatar conteúdo que acreditem violar as políticas, e verificar a veracidade da informação utilizando recursos confiáveis como o site do TSE” (Gallo, 2023).

**Figura 11 — Ações realizadas pelo Tiktok para colaborar com o processo eleitoral de 2022 no Brasil**



Fonte: Sala de Imprensa do Tiktok.<sup>42</sup>

<sup>42</sup> GALLO, Fernando. Nosso trabalho antes, durante e após as eleições brasileiras de 2022. Tiktok - Sala de Imprensa, [s. l.], 15 fev. 2023. Disponível em: <https://newsroom.tiktok.com/pt-br/nosso-trabalho-antes-durante-e-apos-as-eleicoes-brasileiras-de-2022>. Acesso em: 20 maio 2023.

Dessa forma, de acordo com o alto escalão da empresa, milhares de conteúdos que não seguem as diretrizes são excluídos — e foram durante o processo das eleições, antes, durante e pós.

Entre 16 de agosto e 31 de dezembro, removemos 66.020 vídeos que foram identificados como violativos de nossa política de desinformação sobre eleições, dos quais 91,1% foram detectados proativamente, e 79% foram removidos sem que tivessem uma única visualização. Entre os dias 8 e 15 de janeiro, nós removemos 1.304 vídeos que violavam nossa política de extremismo violento (que engloba também ameaças e incitação à violência, bem como a promoção do terrorismo). No mesmo período, removemos 5.519 vídeos por transgredirem nossa política de desinformação com riscos de danos no mundo real e 3.614 vídeos por violação da nossa política de desinformação sobre eleição (Gallo, 2023).

A própria plataforma relatou a exclusão de um volume alto de conteúdo publicado por usuários contendo desinformação. Entretanto, ainda há publicações com informações falsas ou distorcidas circulando no aplicativo, o que veremos com mais detalhes no capítulo de análise deste trabalho.

### 3 COMUNICAÇÃO PÚBLICA E DISPUTA POLÍTICA

A comunicação está presente em tudo e a todo momento. Uma conversa rápida no elevador, uma apresentação de um novo projeto na empresa, como nos vestimos e nos portamos em cada ambiente, um recado governamental, uma postagem em rede social ou o silêncio — mesmo, às vezes, não querendo, estamos emitindo uma mensagem. Mas não podemos reduzir a comunicação apenas a um processo funcionalista, para que ocorra é necessário a interação (Braga, 2012) entre sujeitos imersos em uma cultura e vivências construídas de forma subjetiva, que podem receber a mensagem de formas completamente distintas (Sodré, 2002).

Essa troca de informações pode ser entre duas pessoas, entre uma empresa e seus funcionários/acionistas/fornecedores, entre uma ONG e a sociedade civil, entre um órgão público e os cidadãos. Para que haja comunicação basta haver um interesse em comum. Não há como viver em sociedade e não se comunicar. É algo tão fundamental para a formação de uma identidade coletiva, que acaba se misturando e fortalecendo outros conceitos essenciais, como é o caso da democracia.

A democracia, a partir da visão de Bobbio (2012, p. 135), é o modo de governo de um Estado na qual o poder político é exercido pelo povo, de acordo com os interesses públicos. É um sistema em que os cidadãos têm o direito de participar nas decisões coletivas, de expressar suas opiniões e de influenciar a direção política da sociedade. Essa definição abrangente de democracia destaca sua importância para a proteção dos direitos individuais, a promoção da igualdade e a garantia de uma governança legítima e escolhida pela maioria da população.

A partir dessa definição de democracia, fica evidente a importância da comunicação para o sistema político democrático de um país. É através da comunicação que a população tem acesso aos dados oficiais de governo e toma ciência das decisões tomadas em temas de interesse público. Assim, garantindo a participação pública no processo político.

O sistema democrático é mais do que escolher os representantes para atuar nos poderes federativos, municipais e estaduais. É mais, também, do que, depois de quatro anos, caso haja insatisfação com o trabalho realizado, seja possível escolher melhores figuras políticas. A democracia se qualifica com a participação expandida para além das eleições, com a mobilização da opinião pública em torno de temas e

causas de interesse público. Entende-se, conceitualmente, a opinião pública, em acordo com Gomes (2008, p. 41), como “[...] a vontade expressa como posição obtida numa argumentação racionalmente conduzida, é a vontade que se legitima como razão”, o que exige perceber os movimentos estratégicos para disputa e mesmo desqualificação dessa opinião pública. Por isso Bobbio (2012) fala da necessidade permanente de democratização da sociedade.

Em oposição à democracia, em um Estado totalitário, é imprescindível o controle da informação e da participação pública, uma vez que é através do comando à imprensa, da censura na educação das escolas e das artes, com repressão policial, legislação ou outras políticas que se impõe o medo. Dessa forma, controla-se a opinião e limita-se o entendimento do espaço-tempo em que se vive. Sem informação não há o que argumentar ou criticar, o mesmo poder se perpetua, não há democracia e não há comunicação pública. Já em um Estado democrático, temos o cenário oposto, as variáveis da comunicação “[...] têm origem na informação e na participação, através de processos de visibilidade e acessibilidade que permitem saber, refletir, argumentar, se posicionar e deliberar” (Weber, 2011, p. 28).

Assim, “[...] a comunicação pública existe quando se constitui como redes, a partir da circulação de temas de interesse público gerados em sistemas de comunicação” (Weber, 2007, p. 23). Não se trata apenas de ações de comunicação emitidas pelo Estado, mas toda circulação de informação que interessa à sociedade civil, por exemplo a manifestação de públicos organizados em rede - sindicatos, associações, partidos, grupos religiosos, instituições de ensino, organizações empresariais e organizações midiáticas — para apoiar, reivindicar, criticar. Pode-se dizer que a comunicação pública atua como tradutora da democracia, tendo a transparência em relação à agenda pública e a participação como os pilares principais.

Por outro lado, frequentemente, também é afetada por interesses privados, uma vez que a imagem pública da figura eleita democraticamente está em construção. Em um sistema democrático, as pessoas em exercício de cargos públicos e as instituições, legitimadas pela escolha pública, dependem de visibilidade, de acordo com suas ações e discursos, para obter uma imagem pública positiva, com credibilidade, e conquistar uma aprovação social (Weber, 2007). Estrategicamente, o Estado precisa desenvolver uma troca de informações com seus públicos de interesse, para que se fortaleça uma relação de confiança e o poder possa ser



mantido. Para isso, ele tem, ao seu lado, a comunicação, não só a produzida por sua própria estrutura, mas as mídias e, também, as opiniões dos públicos. Essa comunicação produzida por instituições públicas ganha o nome de comunicação pública de Estado, que disputa espaço com as manchetes midiáticas, mídias de massa e a opinião pública.

A produção de comunicação do Estado o fortalece à medida que é ampliado e facilitado o processo de acesso aos cidadãos e à sociedade e, como tal, passa a ser reconhecido em suas ações e discursos. Nesse sentido, é que se pode falar que esse poderoso Estado se comunica estrategicamente e disputa a opinião pública com as mídias, a partir da sua versão dos fatos e da sua promoção. De modo geral, as informações circulantes permitem que sejam ratificados conceitos embutidos no projeto político e nos programas que incidem sobre a formação da opinião pública, do debate público e na formação da imagem pública de governantes e políticos amparados pela estrutura da comunicação estatal (Weber, 2011, p. 111).

Ao mesmo tempo em que os representantes políticos constroem a própria imagem, precisam tomar decisões e lidar com o equilíbrio dos interesses públicos e privados. Mas, através da comunicação pública, sempre buscar o bem de todos, o desenvolvimento geral da nação, interferindo para que as ações privadas não se sobreponham ao interesse público, “[...] estabelecendo um processo contínuo de aprimoramento da cidadania e, conseqüentemente, da democracia” (Weber, 2017, p. 33).

É através de iniciativas de comunicação que os cidadãos conseguem inteirar-se das ações do Estado, deixando de ser passivo no processo político, para poder expressar sua opinião sobre os acontecimentos e participar ativamente. A mídia tem papel fundamental nesse contexto democrático.

[...] o processo de midiaticização traz sua contribuição para compreendermos a relação entre comunicação, política e democracia à medida que permite análise dos diferentes campos e atores envolvidos no processo. Ao dar visibilidade aos acontecimentos do campo político, a mídia possibilita um acesso relativamente plural às construções simbólicas e a produção dos sentidos sociais (Pozobon, 2011, p. 179).

Dessa forma, a comunicação pública não se limita à uma instrumentação de poder para o Estado, mas, sobretudo, se torna “[...] o território em que muitos sujeitos (mesmo se confrontando) buscam interesses legítimos e usam a informação e a comunicação não tanto para vender algo, mas para apresentar sua identidade, sua visão e seus objetivos” (Rolando, 2011, p. 26).

Hoje, com a presença da internet no cotidiano social, isso se torna ainda mais intenso. A disputa do interesse público vai além do espaço geográfico físico, uma vez que as tecnologias de informação modificaram as formas de interação social. Não só as grandes mídias se inserem no ambiente *on-line*, mas também personalidades e civis através de portais e redes sociais. Cada um constrói sentidos com base em experiências e fontes de informação, o que precisa ser utilizado de maneira responsável, mas que também pode ser positivo para a democracia, uma vez que permite uma maior pluralidade de ideias disponíveis para consulta pública.

Considerando esse novo momento, em que vivemos em uma sociedade digital, as pessoas não são mais apenas consumidoras de informação política. Nesse sentido, um fluxo de informação de dupla via se estabelece de forma mais horizontal e facilitada. Assim, permite-se que a esfera civil também produza informação política e crie condições necessárias para influenciar outros e até mesmo para que decisões relevantes sejam tomadas com base nisso.

Sobre essa relação de comunicação, política e era da internet, Gomes (2005, p. 218) formulou cinco graus para uma democracia digital. O primeiro seria aquele em que os cidadãos têm acesso aos serviços públicos por meio da rede e que o Estado realiza a prestação de contas de forma *on-line*. No segundo grau, o Estado consultaria os cidadãos através da rede para averiguar a sua opinião sobre temas da agenda pública ou até para organizar a agenda pública conforme opiniões. Em ambos os níveis iniciais, o fluxo de comunicação inicia na esfera política. O terceiro grau da democracia digital segue os preceitos do nível dois, porém, alcança um nível mais extremo de transparência para com a sociedade civil. O quarto grau já permite que o público intervenha diretamente nas decisões do Estado, não mais apenas se mantendo informado dos acontecimentos. O quinto, e último, grau representa uma democracia direta, em que os profissionais do Estado se extinguem e os cidadãos são os tomadores de decisão.

Independente se esse sistema for possível de aplicação um dia, é indiscutível que as mídias digitais proporcionam maior espaço de discussão sobre temas políticos. Marques (2006, p. 167) entende que a internet é classificada como “[...] uma espécie de revigoramento da esfera argumentativa, pois (1) daria oportunidade de expressão a vozes marginais, sem barreiras impostas pela censura ou pelos interesses da indústria da informação”. Mas é importante lembrar que mais participação não quer

dizer uma representação justa e igualitária. A comunicação digital ainda não é completamente acessível a todos, uma vez que, para participar efetivamente, é necessário um dispositivo físico tecnológico com alto valor agregado e um conhecimento prévio do seu funcionamento.

Pesquisas demonstram, ademais, que as discussões políticas on-line, embora permitam ampla participação, são dominadas por uns poucos, do mesmo modo que as discussões políticas em geral. Em suma, apesar das enormes vantagens aí contidas, a comunicação on-line não garante instantaneamente uma esfera de discussão pública justa, representativa, relevante, efetiva e igualitária. [...] Na verdade, pesquisas sugerem que a esfera política virtual de alguma maneira reflete a política tradicional, servindo simplesmente como um espaço adicional para a expressão da política mais do que como um reformador radical do pensamento e das estruturas políticas (Gomes, 2005, p. 221).

De fato, como Gomes (2005) destaca, um maior espaço para discussão política não garante real impacto nas decisões do Estado. Nem todo e qualquer posicionamento, seja em ambiente *on-line* ou *off-line*, terá consequências diretas em ações políticas municipais, estaduais ou federais. Porém, é possível que cidadãos agrupados por temas de interesse e organizados para se manifestar sobre ações decisivas para a sua vida e a sociedade, iniciem grandes debates públicos. “Existem públicos organizados em associações e entidades de classe, ou marginalizados em busca de visibilidade e reconhecimento e aqueles que se descobrem em torno de um tema, a partir de um lugar, na rua” (Weber, 2017, p. 35). A internet — e suas tecnologias e algoritmos — ainda facilita esse processo, fazendo com que posicionamentos semelhantes se encontrem de forma prática, somem forças e alcancem impactos reais na política.

### 3.1 A INTERNET NO PROCESSO POLÍTICO: A AÇÃO DOS PÚBLICOS ONLINE

Desde o início da humanidade, indivíduos se unem em prol de objetivos e interesses semelhantes, geram signos e significados partilháveis entre si e constroem uma forma de sociabilidade. Eles definem um padrão específico de relações sociais de interdependência, pelo qual estabelecem entre si um certo tipo de ligações (Tarde, 1989 [1901]). Podemos chamar esse grupo de indivíduos de público.

Os atores pertencentes a um determinado público possuem suas individualidades, conforme vivências e intersecções anteriores. Mas sempre haverá

um elemento simbólico que servirá como mobilizador da atenção e dos interesses, no qual se estabelece uma confluência de opiniões. O grupo atinge uma coesão muito própria: “[...] coesão não tanto da ordem física (em função das qualidades ou capacidades naturais dos seus membros), mas simbólica, que resulta das motivações mentais que aproximam e unem um determinado número de indivíduos” (Esteves, 2011, p. 149).

Qualquer um pode se tornar parte de um ou mais públicos, em momentos diferentes ou simultaneamente — além de poder reconsiderar suas filiações quando achar necessário. Apenas se faz essencial uma comunhão mínima de ideias. Discussões e enfrentamentos ocorrerão através de trocas comunicacionais, mas o ponto específico em comum se fará presente para o funcionamento coletivo.

Essa dinâmica comunicacional serve como uma espécie de protótipo da comunicação pública das sociedades modernas, no sentido já anteriormente referido de que os públicos constituem, em certa medida, o germen do espaço público e da opinião pública — e assim, também, necessariamente, da comunicação pública (Esteves, 2011, p. 154).

A comunicação é a base de todo público, é através dela que indivíduos se unem e se mantêm, é a tradução da sua existência. Conforme argumento de Carnielli (2021, p. 33-34) é importante: antes, na etapa de formação, pois é o impulso constitutivo dos públicos e constituindo o discurso sobre determinada situação (elemento simbólico agregador); durante, como forma de vida do público, uma vez que o ele funciona comunicando-se; e depois, como o resultado dos públicos, já que existe para criar um entendimento comum diante do outro (opinião do público), assim, a comunicação é “o produto” dos públicos.

Diferente de outras formas de sociabilidade, como multidão e massa, os públicos agem de acordo com suas afinidades simbólicas, racionalmente (Esteves, 2011). Seus debates e ações têm objetivos firmados a partir de trocas comunicacionais e ações são tomadas a partir deles. Essa diferença, para com as outras formas, fica mais tangível a partir do conceito de atenção, segundo Dayan:

Um público não apenas oferece atenção, ele pede também atenção. Qualquer público requer um outro público que observe sua atuação. A atuação pode ser polêmica ou consensual. Ela não pode ser invisível. Um público tem de “ir a público” ou não será um público. Um público anseia por ser observado. Ele é sempre uma pose (Dayan, 2005, p. 52 *apud* Esteves, 2018, p. 146).

Os públicos precisam ser vistos para que existam de fato, mas não, necessariamente, precisam estar em um mesmo espaço físico para que ocorra sua formação ou manutenção. Eles são formados por indivíduos que estão envolvidos em um mesmo tema, que se mobilizam em torno de determinada discussão ou de “[...] acontecimentos que irrompem no espaço público e que se tornam problema ou constituem situações problemáticas favorecem a emergência e formação da entidade coletiva que é o público e que se compromete num regime de ação pública” (Babo, 2013, p. 232). Assim, essa ação pode ser presencialmente ou a distância, em ambiente físico ou digital.

Com o surgimento e expansão da internet, o inter-relacionamento dos indivíduos e, conseqüentemente, a formação de públicos, tornou-se menos dependente do compartilhamento espacial. O acesso à informação foi facilitado, tanto através de portais *on-line* dos veículos de comunicação, como em sítios de instituições públicas ligadas ao Estado, que utilizam os canais até mesmo para a realização da prestação de contas à população. Dessa forma, as possibilidades de uso das novas tecnologias digitais potencializam as oportunidades para a participação da sociedade nas questões públicas e políticas. Gomes (2016) avalia que a *web* faz com que a comunicação entre os públicos e o Estado e/ou os representantes em cargos eletivos seja potencialmente contínua e menos dependente da mediação da imprensa.

Essa relação é melhor entendida a partir do conceito de democracia digital. O termo se refere justamente à complexa relação entre tecnologias digitais de comunicação e as práticas democráticas (Gomes, 2016). Num primeiro momento, as possibilidades de uso das tecnologias digitais potencializam as oportunidades para a participação da sociedade nas questões públicas por meio de portais *on-line* e de aplicativos. De fato, os governos democráticos têm se dedicado na implementação desses canais *web*, ampliando seu relacionamento com os cidadãos, melhorando a legitimidade das suas decisões e buscando implementar serviços e políticas públicas mais adequadas aos anseios da sociedade (Ribeiro; Barbosa, 2016, p. 183). Não é de hoje que essa sistemática vem sendo explorada na democracia brasileira, em 2000, por meio de decreto presidencial, foi implementada uma proposta de governo eletrônico, já com o objetivo de disponibilizar todas as informações e serviços governamentais na internet e de garantir o acesso à internet a toda população brasileira. Assim, durante vários anos, o governo federal adotou a ideia de participação

social como método de governo (Brasil, 2012 *apud* Freitas, 2016, p. 112). Mais tarde ainda, em 2016, foi instituída a Política Nacional de Governança Digital, com o intuito de desenvolver um conjunto de processos para melhorar os serviços públicos prestados à população e o de implementar mecanismos para estimular a participação da sociedade na formulação, implementação e avaliação de políticas públicas (Brasil, 2012 *apud* Freitas, 2016, p. 112).

Mas nem todos os públicos — grupos e recortes sociais — estão presentes nesses ambientes. No caso do Brasil, muitos ficam de fora desse cenário, especialmente os indivíduos com menor renda e escolaridade. Segundo levantamento TIC Domicílios 2022<sup>43</sup>, 36 milhões de pessoas não se conectam à rede, sendo que 29 milhões moram em áreas urbanas e estudaram apenas até o ensino fundamental. Desses, 21 milhões são pretos e pardos; 19 milhões estão nas classes D e E; e 18 milhões têm 60 anos ou mais. Os principais motivos apontados entre os que nunca acessam a internet são: a falta de interesse (35%) e a falta de habilidade com o computador (26%) (Porto, 2023). Por isso, não podemos considerar que a internet “[...] promove automaticamente a participação política e nem sustenta a democracia; é preciso, antes, olhar tanto para as motivações dos sujeitos quanto para os usos que eles fazem dela, em contextos específicos” (Maia, 2011, p. 69). A democracia digital pode ser positiva para a sociedade, mas é necessário ter ciência do contexto de diversidade e de desigualdades existentes para implementar ações para que isso não se perpetue também em ambiente *on-line*.

Para além das iniciativas do Estado de aproximação e de incentivo à participação pública digital, que são mais pontuais e restritas, considera-se que, com o crescimento das redes sociais, a interação dos públicos no ambiente digital se tornou habitual devido à facilitação. Não só é possível acessar as informações, mas também opinar sobre assuntos de interesse público, dividir pensamentos com sua rede de relacionamento, debater sobre, aceitar e contrariar ideias, tudo de maneira independente. No fluxo de comunicação mediado por computadores.

[...] (a) qualquer sujeito pode tornar-se emissor, (b) qualquer receptor possa tornar-se emissor e vice-versa, (c) qualquer receptor possa transformar-se em provedor de informação, produzindo informação e distribuindo-a por rede, ou simplesmente repassando informações produzidas por outros [...] (Gomes, 2001, p. 2).

---

<sup>43</sup> Disponível em: <https://cetic.br/pt/pesquisa/domicilios/indicadores/>. Acesso em: 05/09/2023.

E não é mais necessário um ambiente físico, “[...] se antes isso se dava em centros políticos, escolas, universidades e bairros, agora vemos esse debate em um espaço um pouco mais evidente, que é o espaço das redes sociais” (Karhawi, 2022 *apud* Arreguy; Mutchnik, 2022).

Conseguimos entender a relevância das redes sociais digitais no processo político em dados. Segundo pesquisa divulgada pelo Instituto DataSenado em 2019, 45% dos entrevistados afirmaram ter decidido o voto levando em consideração informações vistas em alguma rede social. Cerca de 80% dos participantes do levantamento compartilham a percepção que os brasileiros acreditam que os conteúdos nas redes sociais têm grande influência sobre a opinião das pessoas (Baptista, 2019). Mesmo que a interação na internet, em especial a partir redes sociais digitais, efetivamente possibilite mais horizontalidade e participação, é preciso ressaltar que os indivíduos, dentro do ciberespaço, ainda estão sujeitos a influências e estruturas de poder.

Considerar que os filtros ideológicos, as formas de poder e de silenciamento das contradições não acontecem no ciberespaço é conceber que os atores sociais, pelo fato de se relacionarem com um ambiente tecnológico, dessem-se de suas posições e não entram no ciberespaço também para competir definições – igualmente ideológicas – de realidade (Prudêncio, 2009, p. 98).

Ou seja, a interação pública na internet é igualmente marcada por disputas de poder e, pelo seu próprio desenho tecnológico, permite grande concentração de interesses no que é comumente denominado como efeito bolha. “[...] a informação é especializada, cada vez mais segmentada, de acordo com a ideologia, o gosto, os valores e o estilo de vida do público ao qual se dirige” (De Holanda, 2017, p. 358). Por isso — sem entrar ainda na esfera da desinformação ou nas especificidades dos algoritmos —, é preciso ter cautela, uma vez que nem sempre há um intermediador para verificar os fatos compartilhados ou até para interpretá-los fielmente. A linguagem dos públicos sempre será carregada de intenções e pode ser utilizada também não para revelar, mas para ocultar a realidade.

Ao fazer passar por públicos aquilo que é outra coisa - considerando as suas características, motivações e propósitos -, essa linguagem cria uma ilusão e, assim, objetivamente, contribui para o embotamento (e uma manipulação) dos espíritos (Esteves, 2018, p. 145).

Com os assuntos de interesse público em fácil acesso nos sítios e aplicativos mais o avanço das redes sociais e seu poder de alcançar outros usuários a distância, o ativismo em ambiente digital toma força. Após levantamento bibliográfico sobre o tema para compilar os aspectos da ação pública de públicos, Maia (2011, p. 76) aponta que há consenso de que a comunicação digital facilita alguns aspectos da ação pública de públicos: a) a sustentação de campanhas permanentes, que visam a transformações no modo de entendimento e tratamento de certos problemas ao invés da conquista de uma meta política específica; b) o crescimento de grandes redes de protesto em escala global, com uma ampla gama de atividades com graus diversos de duração e eficácia; c) a sustentação de *medias* alternativas, *medias* táticas e *blog*, aos quais oferecem informações que usualmente não estão disponíveis nos media massivos tradicionais. Para a autora, esse circuito alternativo pode representar vozes de sujeitos marginalizados ou sustentar contradiscursos.

Nem sempre o poder da comunicação reside naqueles que têm maior audiência e conexões na internet, pois também pode estar atrelado àqueles menores, mas que têm relacionamento de confiança com seu público. Foi assim que as manifestações de junho e 2013 ganharam relevância, de usuário em usuário, repassando as informações aos seus poucos seguidores, mas fiéis nas interações e confiança — principalmente, conteúdos criados direto do acontecimento, ao vivo, em tempo real. Esse usuário é denominado por Malini e Antoun (2013, p. 222) como “[...] blogueiros de rua”: que “se contrapõe ao modelo capitalizado do problogger, preso nos hits e assuntos do momento para ampliar suas conexões e audiência na rede [...] mesmo sem “seguidores” ou “amigos” - produz conteúdos, ao vivo, para poder coordenar um movimento” (Malini; Antoun, 2013, p. 223).

Essa gama de materiais produzidos para as redes sociais sobre um determinado assunto pode ser chamada de cobertura colaborativa, que atua com o objetivo de produzir uma opinião pública que ultrapasse o consenso estabelecido pela imprensa (Malini; Antoun, 2013, p. 245). Isso propiciou o surgimento de canais de informação alternativos e independentes — que, posteriormente, ganharam expressiva relevância —, entregando, à população, outras fontes de informação diferente dos grandes conglomerados de mídia. É o caso da rede de comunicação



Mídia Ninja<sup>44</sup>, que ganhou notoriedade nacional e internacional no ano de 2013, devido à cobertura ao vivo de dentro dos protestos, que levaram milhões às ruas, com múltiplos pontos de vista invisíveis na mídia tradicional.

Mas as redes colaborativas nem sempre contribuem com os grupos sociais e com a democracia brasileira. Existem outros aspectos dentro das redes digitais que podem interferir nesse processo e causar danos irreparáveis à sociedade, se não forem compreendidos. É sobre esse tema, mais especificamente sobre algoritmos e desinformação, que trataremos no próximo capítulo.

### 3.2 DISCUSSÕES DO SÉCULO XXI

É muito confortável estar presente em um ambiente em que nossas ideias são aceitas e a maioria das pessoas concordam com elas. Nesse contexto, debates pouco são necessários, uma vez que as opiniões seguem a mesma linha lógica e se retroalimentam, uma consultando a outra. Assim, isso gera verdades absolutas, sem necessidade de pesquisas externas. Dentro dos ambientes digitais das redes sociais, os algoritmos geram espaços retroalimentados, em que os usuários que dividem as mesmas formas de pensar se relacionam entre si, sem a necessidade de se deparar com opiniões contrárias.

Os algoritmos são procedimentos codificados que, com base em cálculos específicos, transformam dados em resultados desejados (Gillespie, 2018, p. 97). Com base no comportamento dos usuários em ambientes digitais, eles conseguem compreender e apresentar a resposta esperada. Uma das principais áreas em que os algoritmos têm impacto é a da personalização e recomendação de conteúdo. Plataformas de mídia social, serviços de *streaming*, sites de compras *on-line* e até mesmo motores de busca utilizam algoritmos para entender preferências do usuário e oferecer recomendações personalizadas. Isso parece positivo em um primeiro momento, como se esses códigos de computadores, unificados a banco de dados, existissem apenas para facilitar o dia a dia das pessoas. Embora isso, de fato, possa melhorar a experiência do usuário em determinadas plataformas, há a formação de

---

<sup>44</sup> Rede de comunicação livre que busca novas formas de produção e distribuição de informação a partir da tecnologia e de uma lógica colaborativa de trabalho. Atualmente, conta com mais de 2 milhões de apoiadores e cerca de 500 pessoas diretamente envolvidas com o suporte de casas coletivas pelo Brasil. Mais informações disponível em: <https://midianinja.org/>

bolhas sociais, em que as pessoas são expostas apenas a informações e opiniões semelhantes às suas, limitando sua perspectiva e reforçando signos existentes.

Ao adotarmos os canais digitais como o principal meio de comunicação atual e digitalizar toda e qualquer informação, passamos a sujeitar o discurso e o conhecimento humano a processos que sustentam toda a computação. Devemos enxergar os algoritmos não só como códigos inteligentes, capazes de personalizar conteúdos, mas, sim, como um mecanismo construído socialmente e institucionalmente gerenciado para convencer o julgamento público: uma nova lógica de conhecimento (Gillespie, 2018, p. 97).

Muitas das nossas atividades diárias podem ser feitas — e, grande parte, são — em ambientes *on-line* e todas elas incluem o armazenamento de extensos registros, catalogação e arquivamento de documentos, cada página visualizada e cada clique deixa um rastro digital. Cada “passo digital” ajuda na construção da nossa “identidade algorítmica” (Cheney-Lippold, 2011 *apud* Gillespie, 2018, p. 102) e define como seremos impactados pelas informações nas redes sociais ou outros portais *web*.

Assim como moldamos os algoritmos que nos cercam, com base em nossos interesses, eles também podem interferir direta ou indiretamente na nossa forma de pensar. A partir dos dados que nos são apresentados durante a utilização das plataformas digitais, chegamos a conclusões e, às vezes, a tomadas de decisão.

Estas tecnologias significam bem mais que ferramentas puramente instrumentais. São, na verdade, artefatos técnico-culturais que alteram de forma substancial processos de tomadas de decisão, com efeitos em diversos ramos da atividade humana, desde parâmetros de consumo até as relações de poder entre diversos atores (seja entre Estado e cidadãos; empresas e consumidores; organizações e indivíduos) (Silva, 2020. p. 227).

Como já citado anteriormente, em dados, cada vez mais, as pessoas estão buscando informações na internet e, principalmente, nas redes sociais, para formular suas ideias. Assim como temos vivenciado a plataformização — (re)organização das práticas culturais e imaginações em torno de plataformas (Poell; Nieborg; Van Dijck, 2020, p. 6) — do trabalho, do entretenimento, do consumo, a opinião pública também vem passando por esse processo. É justamente por isso que os algoritmos podem ser prejudiciais à sociedade e até ao processo político e à democracia.

Diversos países têm discutido a criação de políticas de Inteligência Artificial (IA) que visam se preparar para as mudanças que esse cenário impõe. O Brasil também

tem tentado buscar uma regulamentação, mas encontra dificuldade. Segundo levantamento de Silva, Pita e Costa (2022, p. 39) sobre as tendências na tramitação de proposições regulatórias sobre IA no Brasil no plano federal, já havia um volume significativo de Projetos de Lei em tramitação no Congresso Nacional (Câmara dos Deputados e Senado Federal) até o final de 2021. Inclusive a PL nº 21/2020, que foi aprovado pela Câmara dos Deputados, seguindo para o Senado, mas que, ao ser analisada, nota-se que “[...] carrega um conjunto de fragilidades que envolvem questões como indefinições conceituais, falta de participação, problemas com aplicabilidade, equívocos com a ideia de responsabilização, negligência sobre impactos econômicos e superficialidade técnica” (Silva; Pita; Costa, 2022, p. 53). Por mais que já haja preocupação sobre o tema internacionalmente, as discussões não geram consensos, o que dificulta uma regulamentação.

Os algoritmos por si só já podem causar consequências sociais severas, mas, se somados à desinformação, o impacto pode ser irreversível. Na esfera política, pode influenciar eleições e minar a confiança nas instituições democráticas. Na saúde pública, a disseminação de informações falsas pode afetar a adesão a vacinas e tratamentos médicos. Além disso, a desinformação pode levar a tensões sociais, polarização e divisões.

Com o advento das mídias sociais e o acesso à internet mais facilitado, a disseminação de desinformação tem atingido proporções sem precedentes, podendo influenciar a opinião pública, processos políticos, resultados de eleições e tomadas de decisão. Para Daniel Bramatti, presidente da Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji), “[...] a desinformação afeta a capacidade das pessoas de fazer um voto consciente embasado na realidade”, o que pode causar consequências prejudiciais a todos (Enfrentamento..., 2022). A desinformação tem raízes históricas, mas as tecnologias digitais proporcionam novas formas de propagação e amplificação. Atualmente, as redes sociais, algoritmos de recomendação e o anonimato online facilitam a disseminação viral de informações falsas.

Importante ressaltar que, na presente discussão, entendemos a desinformação a partir da visão de Humprecht (2018, p. 3 *apud* Mendonça *et al.*, 2023, p. 3): “[...] publicações online de declarações intencionalmente ou conhecidamente falsas sobre fatos, que são produzidas para servir a propósitos estratégicos e que são disseminadas para gerar influência social ou lucro”. Portanto, o conceito vai muito

além de notícias falsas que são repassadas entre usuários em ambiente *on-line*. Nem todas as pessoas envolvidas são ignorantes no tema ou influenciáveis, uma vez que as informações podem ser compartilhadas com intenção estratégica de ataque ao adversário político.

Mendonça *et al.* (2023) demonstram que vários fatores psicológicos e sociais contribuem para a disseminação e aceitação da desinformação. A tendência de buscar informações que confirmem nossas crenças pré-existentes pode levar as pessoas a aceitar informações falsas que se alinham com seus pontos de vista. E, através das bolhas sociais, proporcionadas pelos algoritmos das redes sociais, em que as pessoas são expostas principalmente a conteúdos que reforçam suas perspectivas, o processo fica automatizado e ainda mais prático para o usuário, de modo que não se precisa de grandes esforços para encontrar a informação necessária. Dessa forma, a partir do viés da confirmação, as notícias, sendo verídicas ou não, circulam com velocidade. Propagam-se, assim, informações que se encaixam em estruturas fechadas de autoconfirmação (Haiden, 2018 *apud* Mendonça *et al.*, 2023, p. 5).

Festinger (1957 *apud* Roque; Bruno, 2019) já havia mostrado, através de estudos sobre processos cognitivos envolvidos na persuasão e na formação de consensos sociais, que os indivíduos tendem a aceitar as informações compatíveis com suas crenças anteriores e as processam com mais fluência. Inclusive, essas mesmas análises evidenciaram que, quanto mais essas informações forem compatíveis com as crenças pré-estabelecidas, mais resistentes se tornam a refutação e/ou correção.

Outro aspecto que faz diferença nesse processo é a confiança entre usuários. A partir de análise de Roque e Bruno (2019) sobre a campanha de Jair Bolsonaro, em 2018, e sobre o uso de grupos de Whatsapp consolidados, em que usuários já possuíam relacionamento há tempos, as desinformações eram facilmente aceitas pelos participantes e compartilhadas. Eram pessoas reais, dividiam informações com outras pessoas reais, que, *on-line* ou presencialmente, já se conheciam, assim, gerava-se credibilidade e se eximia qualquer dúvida.

“Pessoas que repassam mensagens para seus grupos de afinidade têm papel particularmente relevante, [...] a propagação de uma mensagem é mais efetiva quando feita por pessoas com as quais as outras se identificam, e não por agentes facilmente reconhecíveis como propagadores interessados” (Roque; Bruno, 2019).

É nesse movimento de confiança e desconfiança que outros pontos se explicam, segundas as autoras. A descredibilização de instituições públicas, da educação, da ciência, descrença em relação a decisões tomadas por órgão não governamentais são tomadas de decisão que estão nas mãos de poucos, a partir de dados que não são divididos com a sociedade. Poucos controlam o que afeta muitos. Esse distanciamento é mais um fator que produz desconfiança sobre as normas estabelecidas pelo conhecimento de especialistas.

O fenômeno da pós-verdade pode ser apenas a ponta do iceberg: por baixo há um mundo em que a confiança está se dissolvendo. A confiança está sendo minada nas redes sociais, com novas crenças e novos valores que contestam o método científico e desafiam consensos há tempos estabelecidos (Roque; Bruno, 2019).

A gratificação instantânea associada ao compartilhamento *on-line* de textos, a vinculação a algo maior do que o próprio usuário e as reações dos amigos virtuais, sobretudo em meio às bolhas, encorajam a propagação de *fake news* (Cooke, 2017; Pangrazio, 2018 *apud* Mendonça *et al.*, 2023, p. 7). São vários os aspectos que corroboram o compartilhamento de materiais nas redes sociais, desde automatizações do algoritmo, com base em inteligência artificial, até a possibilidade de simples reações e comentários sobre o que está sendo falado. A desinformação também se enquadra no mesmo processo — no caso do Tiktok, ao chegar-se a usuários que possuem os mesmos posicionamentos, agregam interações à publicação e alcançam mais e mais usuários de acordo com a inteligência do algoritmo.

Segundo levantamento da Poynter Institute, com apoio do Google, no Brasil, quatro em cada dez pessoas afirmam receber notícias falsas todos os dias. O número é ainda mais expressivo entre os brasileiros que se preocupam em cair em *fake news* ou que seus parentes caiam, 65%. Também, 43% dos brasileiros afirmaram já ter enviado um *post*, vídeo, imagem ou notícia e só mais tarde terem percebido que se tratava de *fake news*. Os mais jovens, entre 18 e 25 anos, são os que mais assumem já ter passado por isso, mas, também, são os que verificam com maior frequência as informações encontradas nas redes, principalmente em buscadores e em aplicativos de mensagens, como Facebook, WhatsApp e Telegram (Guimarães; Rodrigues, 2022).

De acordo com análise realizada pelas universidades de Princeton e Nova York, publicada pela revista *Science Advances*, em janeiro de 2019, aqueles que têm idade superior a 65 anos compartilharam sete vezes mais notícias falsas do que os com idades entre 18 e 29 anos — avaliação com base em 3,5 mil internautas com perfil no Facebook durante a eleição presidencial de 2016 nos Estados Unidos. Não foram encontrados estudos recentes no Brasil em relação a esse cenário, mas o presente estudo serve para termos um panorama geral como exemplo. É claro que, nesse caso, é preciso ponderar que as gerações mais velhas não são nativas digitalmente, portanto, podem ter dificuldades nas plataformas *on-line* para consultar fontes e buscar comprovações. E essa falta de conhecimento pode ser uma das responsáveis pela viralização das *fake news* (Pessoas Mais Velhas..., 2019).

Casos assim podem acontecer, mas para além disso, Mendonça *et al.* (2023, p. 23) defende que desinformação não é um problema fundamentalmente cognitivo ou comunicacional, mas um fenômeno essencialmente político, que faz parte do repertório contemporâneo de confronto político. Assim, o objetivo seria causar incertezas no sistema, desestabilizar a oposição, buscar o que for preciso para acabar com o “inimigo”, ou seja, é quando mentir se torna um mal menor do que tolerar o adversário político.

Uma compreensão adequada da desinformação requer o estudo do contexto mais amplo de crise epistêmica que possibilita uma mudança de eixo do próprio valor da verdade. Entender esse cenário é vital para dotar de sentido os usos da desinformação e sua inclusão no repertório de confronto político. Nesse sentido, a crise da democracia é não apenas consequência da difusão de *fake news*, mas também uma de suas causas, na medida em que alimenta condições do confronto político que toleram e nutrem a incerteza e a inverdade na luta contra os “inimigos” (Mendonça *et al.*, 2023, p. 21).

Em 2013, o Fórum Econômico Mundial identificou “[...] a desinformação digital massiva” (*massive digital misinformation*) como uma das principais ameaças à sociedade (Mendonça *et al.*, 2023, p. 11). A medição do impacto do compartilhamento de desinformação é complexa, mas, tratando-se de período eleitoral, uma pesquisa de 2020 da Fundação Getúlio Vargas conclui que as *fake news* sobre o sistema eleitoral brasileiro geram mais engajamento que as notícias de fontes confiáveis (Fake News sobre eleições..., 2020). Além disso, de acordo com levantamento do IPEC, a grande maioria dos eleitores brasileiros (85%) acreditava que as *fake news* poderiam impactar na eleição presidencial de 2022 (Ipec: 85% dos brasileiros..., 2022).

O impacto na saúde pública também pode ser tão grave quanto no sistema político de um país. Observamos, durante a pandemia de covid-19, um forte movimento contrário às vacinas, que gerou milhares de informações inverídicas sobre o assunto, causando o afastamento de ainda mais pessoas dos procedimentos corretos. Não só no Brasil, mas também ao redor do mundo, representantes do alto escalão do Estado apoiavam essas manifestações, o que dificultava ainda mais o trabalho do órgão de saúde e causava mais casos da doença e, conseqüentemente, mais óbitos. As conseqüências não foram apenas para a covid-19, mas também para outras doenças. Dados do Ministério da Saúde mostram que, até o dia 22 de outubro de 2020, nenhuma das vacinas do calendário nacional atingiu os indicadores preconizados pelo Programa Nacional de Imunizações, o que, para a coordenadora do PNI, Francieli Fontana, o movimento antivacina também pode contribuir para os indicadores (Impacto das fake news..., 2020).

Na busca por autores que debruçam seus estudos sobre o tema desinformação, *fake news* e pós-verdade, não é possível encontrar uma definição única de motivação para usuários praticarem esse tipo de comportamento. Mas há algumas possíveis encontradas nas publicações de artigos e outros trabalhos acadêmicos, como já citado aqui: falta de conhecimento das ferramentas digitais, não checagem dos fatos ou até mesmo a intenção real de compartilhar as informações para alcançar efeitos almejados — queda de adversário político, fortalecimento de agenda política, desestabilização da ideia de verdade, caos social.

Devido a todas essas motivações, é difícil encontrar uma forma de exterminar a desinformação. Não é eficiente simplesmente desmentir uma informação inverídica, porque grande parte dos envolvidos não se importa com a verdade, mas, sim, em atingir seus adversários. Torna-se quase impossível, também, fazer com que as pessoas não produzam ou não consumam *fake news*, devido ao volume de informação produzida em ambiente online hoje. Mas é necessária uma ação direta do Estado sobre as empresas responsáveis pelas plataformas *on-line*, sejam redes sociais ou de entretenimento, para que sejam fiscalizadas, punidas e, preferencialmente, regulamentadas.

## 4 MANIFESTAÇÕES ANTIDEMOCRÁTICAS PÓS-ELEIÇÃO PRESIDENCIAL DE 2022 NO TIKTOK

Considerando as teorias elencadas anteriormente e o problema de pesquisa deste TCC — quais as características do conteúdo publicado por usuários da plataforma Tiktok em apoio às manifestações contra o resultado das eleições presidenciais brasileiras de 2022 —, neste capítulo, damos início à análise do conteúdo. Começaremos descrevendo o processo metodológico, posteriormente, exploraremos o universo estudado, passando pela seleção do *corpus* da pesquisa, pela descrição do formato e pela apresentação da análise de conteúdo e interpretação das publicações no Tiktok sobre as manifestações pós-eleições presidenciais de 2022.

### 4.1 ABORDAGEM METODOLÓGICA

O objetivo central deste trabalho acadêmico é identificar e analisar conteúdo publicado por usuários da plataforma Tiktok em apoio às manifestações contra o resultado das eleições presidenciais brasileiras de 2022. E, para alcançá-lo, esta pesquisa se caracteriza como exploratória e tem, como finalidade, “[...] desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores” (Gil, 2008, p. 26-29). Em relação ao método, optamos pelo qualitativo, porque “[...] evita números, lida com interpretações das realidades sociais” (Bauer, Gaskell, 2011, p. 17-37).

Para iniciar a discussão, passaremos por uma revisão bibliográfica a partir de material já elaborado por outros pesquisadores, constituído principalmente de livros e artigos científicos (Gil, 2010, p. 50), que resultou nos capítulos teóricos anteriormente apresentados neste TCC. Por se tratar de um acontecimento da história recente, muito retratado pela imprensa do país, realizamos, também, uma pesquisa histórico-documental, com fontes em documentos de instituições públicas e privadas, além de conteúdos produzidos pela imprensa e institutos de pesquisa (Gil, 2010, p. 51), entre outros — o que resultou no capítulo de apresentação do objeto.

Em decorrência do objetivo principal, precisamos passar por outros objetivos, dessa vez, específicos: a) identificar a presença de conteúdos de apoio e promoção



das manifestações contra o resultado das eleições presidenciais brasileiras de 2022 no Tiktok; b) descrever os aspectos de formato, conteúdo textual e visual que caracterizam os vídeos publicados no Tiktok pelos manifestantes; c) analisar o acionamento de desinformação nos conteúdos veiculados pelos manifestantes.

Em atenção aos propósitos, efetuamos a análise de conteúdo (Bardin, 1977), que se voltou para a seleção de vídeos publicados no Tiktok no contexto dos atos antidemocráticos pós eleições presidenciais de 2022 e para análise dos elementos textuais e visuais desse material. Foram selecionados 24 vídeos, publicados entre 1º de novembro de 2022 e 8 de janeiro de 2023, de acordo com critérios de acessibilidade e de conveniência, utilizando-se das ferramentas de busca da própria plataforma Tiktok (os procedimentos de exploração do universo e seleção do *corpus* estão descritos nos itens a seguir). A descrição e a análise de conteúdo do material coletado foram organizadas em relação a aspectos de (a) formato, considerando as *affordances* do Tiktok, (b) conteúdo visual e (c) conteúdo textual. Como protocolo de exposição de pesquisa realizada com material publicado e disponível na internet (como é o caso dos vídeos do Tiktok), foram adotadas estratégias para omitir as identidades dos sujeitos usuários.

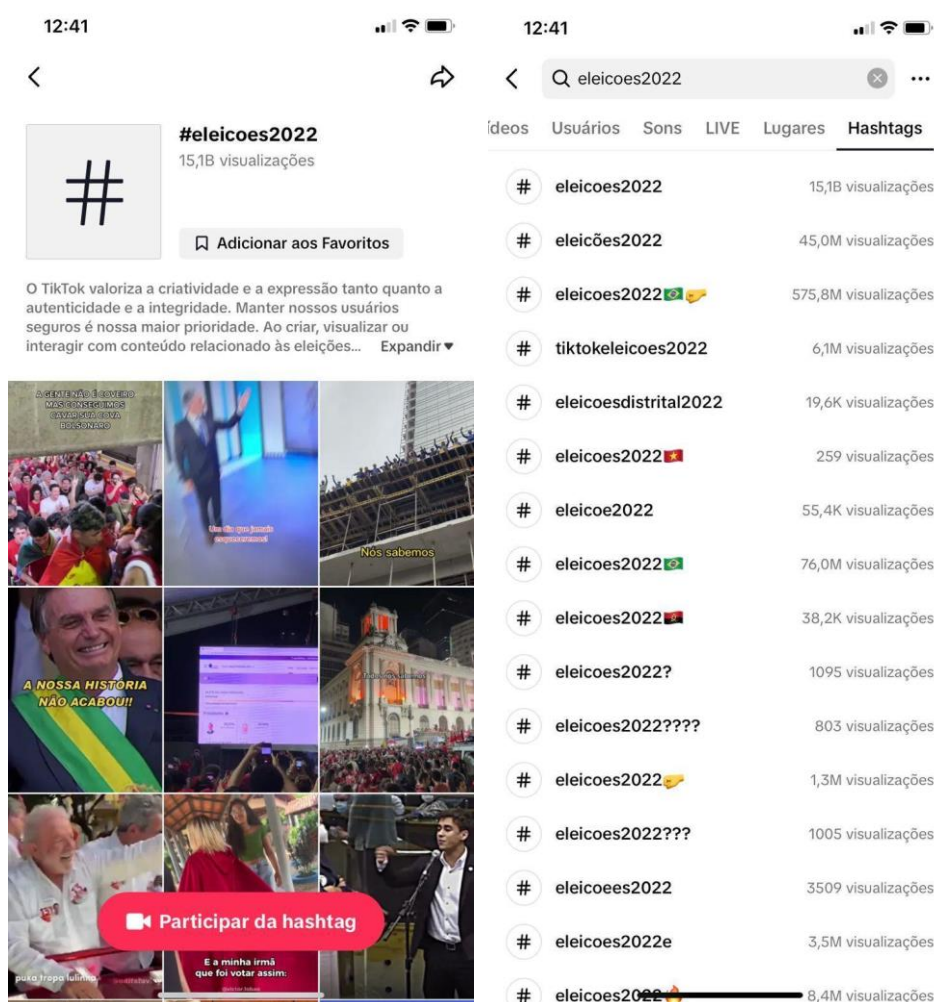
## 4.2 EXPLORAÇÃO DO UNIVERSO

O primeiro objetivo específico — identificar a presença de conteúdos de apoio e promoção das manifestações contra o resultado das eleições presidenciais brasileiras de 2022 no Tiktok — demandou a exploração da presença dos conteúdos antidemocráticos sobre o resultado das eleições presidenciais de 2022 no Tiktok, bem como o entendimento das especificidades de funcionamento desta plataforma. A seguir, descrevemos os movimentos de exploração do universo de pesquisa, essenciais para o passo seguinte de constituição do *corpus*. A observação não sistemática dos conteúdos circulantes na plataforma Tiktok aconteceu ao longo de 1º de novembro de 2022 até 15 de agosto de 2023, para a qual foi criado um usuário novo e específico, livre do histórico de acesso, como, por exemplo, a conta pessoal do pesquisador carregaria.

Nas eleições presidenciais de 2022, milhares de materiais foram compartilhados e assistidos pelos usuários na plataforma Tiktok. Uma vez que não foi

tecnicamente possível determinar com exatidão esse universo, estabelecemos meios de explorá-lo a partir dos próprios mecanismos de busca da plataforma. No aplicativo, ao utilizar a ferramenta *Procurar* para buscar resultados relacionados especificamente ao tema/*hashtag* #eleicoes2022 (conforme dado atualizado em 22 de julho de 2023), encontramos 15.1 bilhões de visualizações em vídeos<sup>45</sup>. Isso porque a plataforma contabiliza os números de acordo com o termo ou *hashtag* exata. Então, há outras milhões de visualizações em textos muito semelhantes — conforme figura 12 abaixo.

**Figura 12 — Busca pela hashtag #eleicoes2022, através da ferramenta “procurar” do Tiktok, em 22 de julho de 2023**



Fonte: Aplicativo Tiktok.

De fato, o Tiktok se tornou uma grande arena de disputa política durante o período eleitoral de 2022. Seja produzindo conteúdos favoráveis ao seu candidato,

<sup>45</sup> O aplicativo não contabiliza a quantidade de material público sobre cada assunto/*hashtag*, mas formaliza a quantidade de visualizações que o tema gerou, conforme figura 8 acima.

seja rebatendo a oposição, os usuários eleitores usufruíram intensamente da plataforma de vídeos, atuando ativamente como “blogueiros de rua” (Malini; Antoun, 2013, p. 222). Fazendo a pesquisa pelos termos #lula2022 e #bolsonaro2022, encontramos 12.9 bilhões e 16.1 bilhões, respectivamente, quase 30 bilhões de visualizações acumuladas — sem citar as *hashtags* relacionadas.

**Figura 13 — Busca pelas hashtags #lula2022 e #bolsonaro2022, através da ferramenta “procurar” do Tiktok, em 22 de julho de 2023.**

Hashtag	Visualizações
# lula2022	12,9B visualizações
# lula_la_2022	3,6M visualizações
# lula2022 🇧🇷	6,7M visualizações
# lula2022 ❤️	1,2M visualizações
# lula2022juntos	3,7M visualizações
# governolula2022	2,2M visualizações
# lula2022_	694 visualizações
# lula2022thebest	1,4M visualizações
# lula2022 ❤️❤️❤️❤️	1733 visualizações
# lula2022 🙌🙌🙌🙌❤️❤️...	6812 visualizações
# lula_2022	37,9K visualizações
# lulatchê2022	3,6M visualizações
# lula2022lula	647,6K visualizações
# lula2022?	190,0K visualizações
# lula2022lula2022	1926 visualizações
# lulalula2022	3,5M visualizações
# bolsonaro2022	16,1B visualizações
# 2022bolsonaro	329,7M visualizações
# jairbolsonaro2022	70,3M visualizações
# bolsonaro2022 🇧🇷	114,7M visualizações
# bolsonaro2022venceremos	13,4M visualizações
# presidentebolsonaro2022	37,6M visualizações
# bolsonaro2022_🇧🇷	25,0K visualizações
# bolsonaromito2022	22,2M visualizações
# forçabolsonaro2022	913,1K visualizações
# soubolsonaro2022	17,9M visualizações
# 2022ébolsonaro	4,6M visualizações
# nbolsonaro2022	3411 visualizações
# cearabolsonaro2022	26,5K visualizações
# bolsonaro2022presidente	8,8M visualizações
# somosbolsonaro2022	383,1K visualizações
# bolsonaró2022	6296 visualizações

Fonte: Aplicativo Tiktok.

A grande movimentação não foi apenas durante o período eleitoral, mas posterior a ele também. Como já mencionado, após a divulgação do resultado do segundo turno das eleições presidenciais de 2022 pelo Tribunal Superior Eleitoral, iniciou-se uma série de manifestações antidemocráticas pelo país, por indivíduos que não aceitaram a apuração das urnas. De forma ilegal, eles ocuparam rodovias em vários estados do Brasil e, após, instalaram-se em frente a quartéis do exército por meses, pedindo intervenção militar. A ação só se deu por encerrada em 9 de janeiro

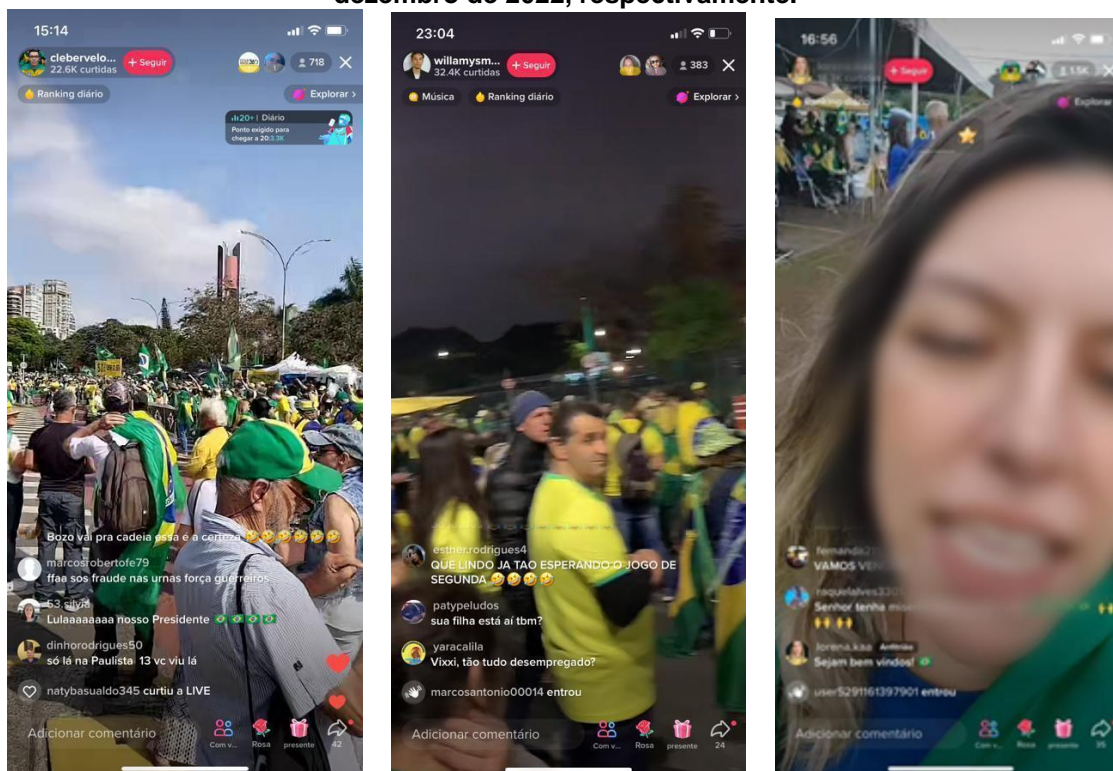
de 2023, um dia após os manifestantes, em um ato terrorista, invadirem e depredarem os prédios dos Três Poderes em Brasília, quando o corpo policial precisou agir de forma mais severa com os envolvidos.

Não só o dia 8 de janeiro de 2023, mas todo o movimento, desde o dia 1º de novembro de 2022, foi retratado pelos apoiadores dentro da plataforma. Por estarem distantes dos veículos tradicionais da comunicação — e, algumas vezes, nem os permitirem acessar os ambientes das manifestações —, os manifestantes produziram e compartilharam suas próprias informações, em uma cobertura colaborativa, com o objetivo de produzir uma opinião pública que ultrapasse o consenso estabelecido pela imprensa (Malini; Antoun, 2013, p. 245).

Na navegação exploratória não sistemática entre os vídeos revelados pelas buscas citadas anteriormente, além da livre observação das transmissões ao vivo feitas no Tiktok no período das manifestações, observaram-se cenas em ambientes diversos, em que apoiadores comentavam sobre o ocorrido, grande parte, no próprio núcleo da manifestação, nos acampamentos em frente a quartéis, em vias públicas do país, manifestações com cartazes e faixas ou gritos de guerra, convites com objetivo de angariar mais participantes, apelo religioso, crítica a movimentos de esquerda, reclames de censura e perda de liberdade, reivindicação de interferência das Forças Armadas no processo político presidencial. Não há possibilidade de salvar as *lives* no Tiktok, pois o conteúdo é consumido instantaneamente e depois se torna indisponível.

Devido à consistência do algoritmo do Tiktok vinculada aos hábitos da conta criada para essa observação, bastava uma interação com um dos vídeos ao vivo ou um tempo maior de tela parada no conteúdo, que a linha do tempo da plataforma era preenchida por materiais semelhantes, de usuários de várias partes do país, ao longo das semanas de manifestação antidemocrática. Cada uma das *lives* acumulava uma quantidade de pessoas assistindo, eram muitos que foram impactados por aqueles discursos. Foi possível salvar alguns *prints* para exemplificar a questão aqui no trabalho.

**Figura 14 — Exemplos de vídeos ao vivo criados pelos manifestantes durante protestos pós eleição presidencial de 2022 - 19 de novembro de 2022, 25 de novembro de 2022 e 9 de dezembro de 2022, respectivamente.**



Fonte: Aplicativo Tiktok.

Como não é possível consultar as *lives* depois de finalizadas, uma vez que a plataforma não as salva, para a análise deste trabalho, foi necessário encontrar outras publicações postadas de forma *perene* na rede social.

### 4.3 PESQUISA E SELEÇÃO DO CORPUS DA ANÁLISE

A partir da ferramenta *Procurar* do Tiktok, buscamos identificar as principais *hashtags* utilizadas pelos usuários participantes ou apoiadores das manifestações, entre elas estão: *#eleicoes2022*, *#manifestacao*, *#protesto*, *#deuspatriafamilia*, *#intervencaofederal*, *#sosffaa*, *#supremoeopovo*. As *hashtags* *#intervencaofederal*, *#sosffaa* e *#supremoeopovo* foram definidas para a busca inicial da coleta por expressarem claramente o alinhamento do conteúdo publicado com os atos antidemocráticos pós eleições presidenciais brasileiras de 2022 que interessam a este trabalho. A partir dos resultados dessas três *hashtags*, foram selecionados os oito primeiros vídeos apresentados pela plataforma para cada uma delas que contassem

com mais de 100 interações (curtidas e comentários) e mais de 1000 visualizações - significando que o material chegou a circular minimamente entre os usuários.

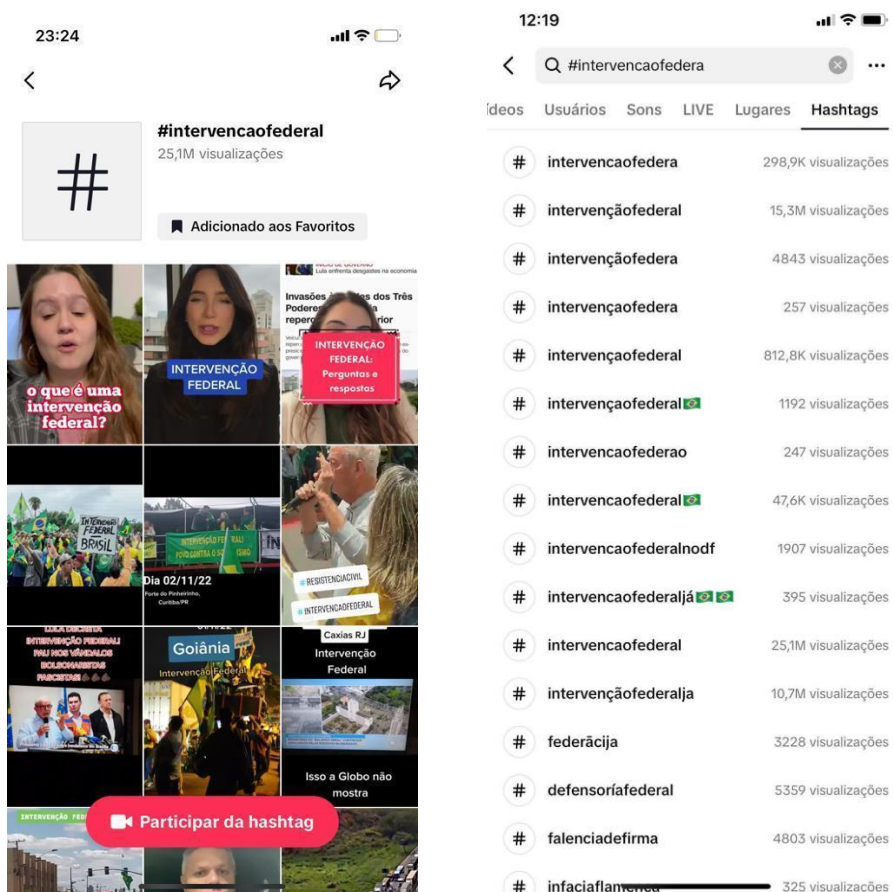
Dessa forma, o *corpus* de pesquisa foi composto por 24 vídeos das manifestações publicados por usuários participantes ou apoiadores, todos aparentemente independentes (sem vinculação parlamentar ou atividade institucional). Esses 24 vídeos foram publicados por esses usuários no período de 1º de novembro de 2022 a 8 de janeiro de 2023. Até o momento de início da análise, 22 de julho de 2023, todos os conteúdos ainda estavam disponíveis no Tiktok nos seus respectivos links — de acordo com o quadro 1 abaixo. Dessa forma, trata-se de *corpus* composto por acessibilidade e conveniência, suficiente para a análise qualitativa objetivada neste TCC e, portanto, não permite que os resultados aqui aferidos sejam universalizados para todo o conteúdo a esse respeito que tenha circulado no Tiktok.

Buscando por *#intervencao federal*, encontramos mais de 25 milhões de visualizações em conteúdo especificamente nessa *hashtag*, sem contar as variações — é possível contabilizar ao menos 50 milhões (ver figura 15). O assunto foi muito citado não só em publicações *on-line*, mas também em gritos e cartazes nas manifestações. Se refere ao pedido de interferência do Exército Brasileiro no processo político, para que assumisse o poder ao invés do presidente eleito, Luiz Inácio Lula da Silva<sup>46</sup>.

---

<sup>46</sup> O tema “intervenção federal”, utilizado fortemente pelos manifestantes, esteve presente nas manchetes dos principais veículos do país. É possível consultar mais sobre, por exemplo, em: LIMA, Sérgio. Manifestantes pedem intervenção federal em frente a quartéis. Poder 360, [s.l.], 2 nov. 2022. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/eleicoes/manifestantes-pedem-intervencao-federal-em-frente-a-quarteis/>. Acesso em 18 ago. 2023.

Figura 15 — Busca pela hashtag #intervencaofederal, através da ferramenta “procurar” do Tiktok, em 22 de julho de 2023.



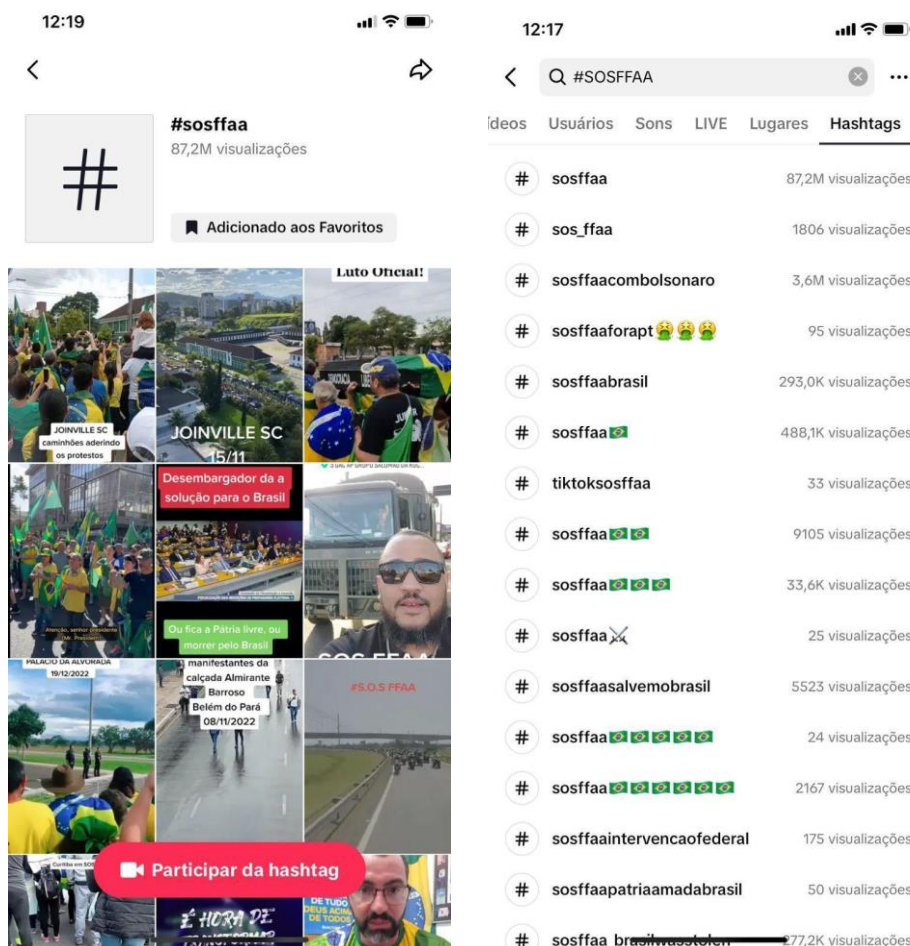
Fonte: Aplicativo Tiktok.

Ao realizar a pesquisa na ferramenta pela *hashtag* #sosffaa, deparamo-nos com mais de 87 milhões de visualizações em conteúdos publicados sobre o assunto. A expressão também esteve muito presente não só em ambiente *on-line*, mas também *off-line*. Os golpistas a utilizaram com o intuito de “solicitar ajuda” das Forças Armadas<sup>47</sup> do Brasil para intervirem nas eleições e derrubar o presidente eleito democraticamente<sup>48</sup>.

<sup>47</sup> Segunda a revista Sociedade Militar, abreviação correta de Forças Armadas é FA, portanto, o vocábulo FFAA não existe na língua portuguesa. Ver: SOCIEDADE MILITAR. O que significa FFAA, esse termo está correto? Abreviaturas militares (Essa grafia existe, afinal?). Revista Sociedade Militar, [s.l.], 6 dez. 2022. Disponível em: <https://www.sociedademilitar.com.br/2017/09/o-que-significa-ffaa-abreviaturas-militares.html>. Acesso em 18 ago. 2023.

<sup>48</sup> O tema esteve presente em diversas matérias jornalísticas nos veículos brasileiro, mas é possível ler mais sobre em: REDAÇÃO PORTAL T5. SOS FFAA: saiba o que significa reivindicação invasores do Congresso. Portal T5, [s.l.], 9 jan. 2023. Disponível em: <https://www.portalt5.com.br/noticias/single/nid/sos-ffaa-saiba-o-que-significa-reivindicacao-invasores-do-congresso/>. Acesso em 18 ago. 2023.

Figura 16 — Busca pela hashtag #sosffaa, através da ferramenta “procurar” do Tiktok, em 22 de julho de 2023.



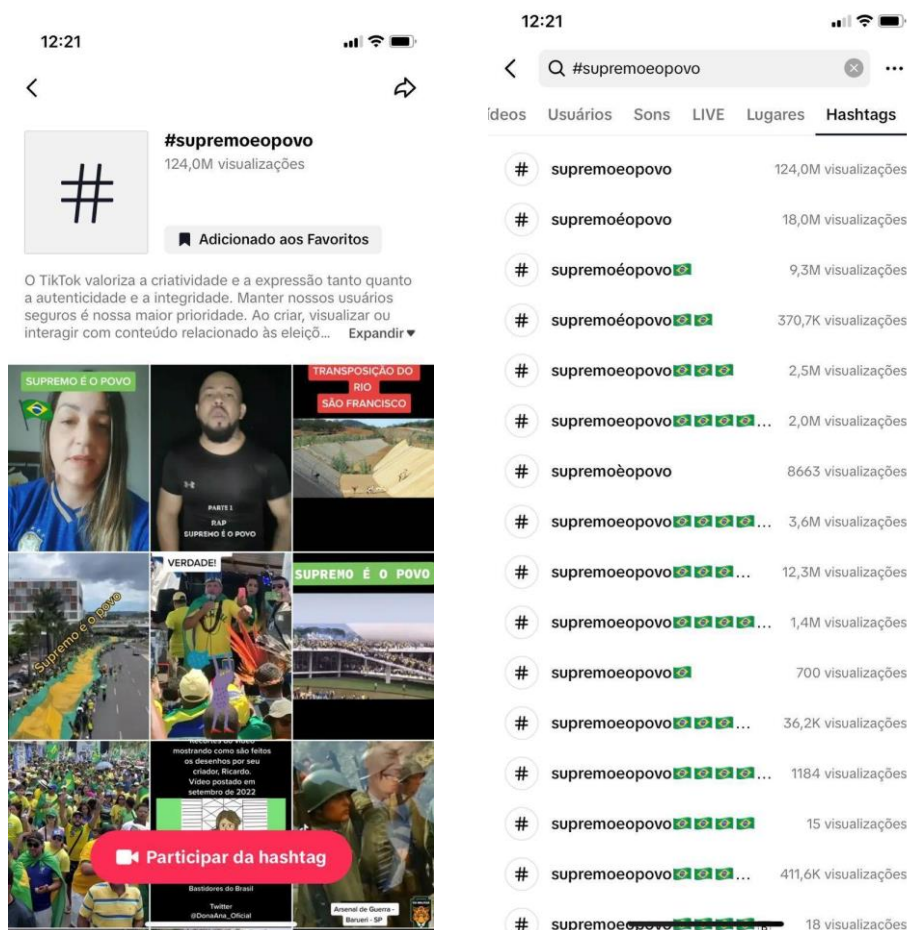
Fonte: Aplicativo Tiktok.

Também buscamos pelo tema #supremoeopovo e encontramos 124 milhões de visualizações diretamente na *hashtag*, porém, somado a outras variações chega a mais de 176 milhões (ver figura 17). A expressão foi utilizada nos protestos antidemocráticos como oposição ao Supremo Tribunal Federal, com a ideia de “quem manda no país” é a população<sup>49</sup>.

<sup>49</sup> Em várias matérias de veículos renomados, é possível ler sobre o tema, por exemplo, em: CARTA CAPITAL. Bolsonaristas protestam no Alvorada no dia da diplomação de Lula; Bolsonaro não participa. Carta Capital, [s.l.], 12 de. 2022. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/politica/bolsonaristas-protestam-no-alvorada-no-dia-da-diplomacao-de-lula-bolsonaro-nao-participa/>. Acesso em 18 ago. 2023.



Figura 17 — Busca pela hashtag #supremoeopovo, através da ferramenta “procurar” do Tiktok, em 22 de julho de 2023.



Fonte: Aplicativo Tiktok.

Os oito vídeos selecionados de cada um dos temas estavam entre os primeiros apresentados pela ferramenta na busca. Mas é importante sinalizar que são os vídeos mais relevantes para o perfil utilizado na coleta dos dados, isto é, possivelmente, não serão os mesmos que aparecerão na tela para outros usuários do aplicativo. Justamente pelo algoritmo do Tiktok, esses conteúdos se adaptam para cada usuário. Não há filtros ou ordenações possíveis de serem feitos, de maneira que essa é a ordenação automatizada e personalizada de conteúdos que a plataforma apresenta.

No quadro 1, abaixo, é possível observar as informações básicas disponibilizadas pelo Tiktok de cada um dos vídeos selecionados e o seu desempenho em números. Em cada uma das linhas, encontram-se os vídeos, renomeados genericamente, selecionados e coletados para a análise e, nas colunas, os aspectos captados no aplicativo na data de 26 de março de 2023.

Quadro 1 — Corpus de pesquisa

TEMA	POSTAGEM	DATA	DURAÇÃO	CURTIDAS	COMENTÁRIOS	COMPARTILHAMENTOS	SALVAMENTOS	VISUALIZAÇÕES
#intervençaofederal	intervencao1	02/11/2022	00:33	7306	381	956	251	39500
	intervencao2	04/11/2022	00:09	6476	223	184	304	26500
	intervencao3	03/11/2022	00:36	46100	1306	2713	2514	259000
	intervencao4	05/11/2022	00:18	19200	286	722	490	106100
	intervencao5	03/11/2022	02:17	1504	51	123	99	17200
	intervencao6	01/11/2022	00:23	27400	2197	5588	1294	358500
	intervencao7	02/11/2022	01:16	3010	54	406	196	24800
	intervencao8	06/11/2022	00:25	2483	98	334	85	15000
#sosffaa	sos1	10/11/2022	00:51	3336	227	468	218	38700
	sos2	11/11/2022	01:54	50600	4137	18200	3181	601400
	sos3	20/12/2022	02:11	768	13	7	63	1808
	sos4	06/11/2022	00:14	22400	334	618	640	118400
	sos5	03/12/2022	01:11	579	30	15	41	2803
	sos6	06/11/2022	00:55	354	17	9	11	1507
	sos7	04/11/2022	00:27	20900	931	556	1022	233000
	sos8	30/11/2022	01:17	31800	915	1710	2202	119600
#supremoeopovo	supremo1	27/11/2022	00:33	2329	40	26	76	11700
	supremo2	18/11/2022	00:30	12600	400	738	625	94300
	supremo3	02/11/2022	00:19	38700	905	296	1300	274400
	supremo4	02/11/2022	01:11	84	96	58	6	10500
	supremo5	08/01/2023	01:16	430	29	34	25	1933
	supremo6	15/11/2022	01:01	38700	4364	3674	2414	197900
	supremo7	08/01/2023	00:18	715	31	133	25	6078
	supremo8	11/12/2022	00:08	990	8	14	41	23200

Fonte: elaborado pelo autor.

A coluna *tema* se refere às *hashtags* escolhidas para análise: #intervençaofederal, #sosffaa e #supremoeopovo. A coluna *conteúdo* contém os 24 vídeos analisados. Eles estão numerados de um a oito, de acordo com o tema que se relacionam e não estão em ordem crescente de temporalidade, porque optamos por manter a ordenação padrão da plataforma, a partir da relevância definida pelo algoritmo — em cada um dos itens há um *hiperlink* que leva para as postagens nativas

dentro do ambiente do Tiktok. A terceira coluna traz a *data* de publicação do conteúdo, ou seja, não necessariamente ele foi produzido na ocasião, pode ter sido captado e editado em um dia e compartilhado em outro. A *duração* é a minutagem de cada um dos vídeos. *Curtidas* se referem à quantidade de usuários que gostou da produção e, efetivamente, registrou o seu apreço — usuário únicos, cada um pode “curtir” apenas uma vez. *Comentários* diz respeito à quantidade de interações, em texto escrito ou emojis (até o momento não é possível comentar de outras formas, como imagem, figuras, vídeos), de outros usuários a respeito do material compartilhado — um mesmo usuário pode comentar infinitas vezes. *Compartilhamentos* é o número de vezes que usuários do Tiktok compartilharam internamente — via conversa privadas com outros usuários — ou externamente — para outras redes sociais (Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest, Telegram, LinkedIn, E-mail) — ou, simplesmente, copiaram o hiperlink da publicação. O número de *salvamentos* significa a quantidade de usuários que guardaram os conteúdos em seus perfis para visualizar novamente mais tarde. E, por último, as *visualizações*, número de vezes em que o vídeo foi visto por utilizadores da plataforma - sendo que um mesmo usuário pode visualizar diversas vezes. Todas as métricas de engajamento (curtidas, comentários, compartilhamentos, salvamentos e visualizações) foram computadas na data de 23 de julho de 2023.

É possível notar que os vídeos foram publicados em datas variadas, sendo a maioria deles em novembro, 19 dos 44 analisados — os demais são de dezembro (3) e janeiro (2). E eles não são ordenados na plataforma em ordem de postagem, o algoritmo escolhe como mostrá-los para cada usuário que realizar uma busca pelos temas. De forma geral, os vídeos são de curta duração, o tempo médio é de 50 segundos. Todos eles circularam minimamente na plataforma, uma vez que possuem valores consideráveis de engajamento: o conteúdo com mais interações é o sos2, que alcançou mais de 50 mil curtidas, 18 mil compartilhamentos e 600 mil visualizações. Juntos, os conteúdos somam 338.764 curtidas, 17.073 comentários, 37.582 compartilhamentos, 17.123 salvamentos e 2.583.829 visualizações.

#### 4.4 FORMATO DAS PUBLICAÇÕES

As 24 publicações possuem algumas características semelhantes, mas também há diversas diferenças, uma vez que foram construídas de diferentes formas.

Por isso, é importante, primeiramente, caracterizar os vídeos conforme seus formatos. Consideramos os seguintes elementos: descrição, som, presença do autor e produção. O quadro 2, abaixo, trata das características de cada uma das postagens.

**Quadro 2 — Características e descrição dos conteúdos no Tiktok sobre as manifestações antidemocráticas pós-eleição presidencial de 2022 utilizados na análise do trabalho (continua)**

TEMA	POSTAGEM	DESCRIÇÃO	SOM	PRESENÇA DO AUTOR	PRODUÇÃO
#interv encaof ederal	intervencao1	Manifestantes, vestindo as cores da bandeira do país (alguns com bandeira), emanam um grito de guerra. Estão ocupando, o que parece ser, uma via pública, ao fundo aparece um prédio mais antigo, que pode ser um QG do exército.	Áudio original: ouve-se apenas o grito de guerra	Captador/narrador não aparece	Captado horizontalmente e depois postado, com inserção de <i>lettering</i>
	intervencao2	Menino, que parece ter de 3 a 4 anos de idade, com a farda completa do exército, segura uma mini bandeira do Brasil nas mãos. Ao fundo, observam-se as pernas de outras dezenas de manifestantes.	Áudio original: hino nacional toca ao fundo, conversas e buzinas de carro	Captador/narrador não aparece	Captado verticalmente, pode ter sido direto no <i>app</i> . Não há edição aparente.
	intervencao3	Compilado de imagens de manifestação, parece ser em frente a um QG do Exército. São centenas de pessoas vestidas de verde e amarelo. Carros passam pelo meio das pessoas. Há alguns cartazes pedindo "intervenção federal". Manifestantes estão eufóricos.	Narração feita depois, com edição. De fundo, foi inserido, em volume mais baixo, o hino nacional. O áudio original do vídeo foi retirado	Captador/narrador não aparece	Edição simples para agrupar as imagens e inserção de narração e trilha sonora
	intervencao4	Compilado de imagens. Há pessoas protestando a pé, há muitos motos, caminhões e carros (um deles adesivado com o rosto de Bolsonaro). Centenas de pessoas vestindo verde e amarelo e com faixas com as seguintes mensagens: "Intervenção Federal", "Presidente defenda nossa pátria!!! Art. 1.42/C.F" e "Não ao comunismo, intervenção federal já".	Narração com a voz de Jair Bolsonaro. Música esperançosa de fundo. O áudio original foi removido	Captador/narrador não aparece	Edição simples para agrupar as imagens e inserção de narração e trilha sonora
	intervencao5	Um manifestante lê ao microfone para uma multidão, em frente ao QG do Exército da cidade de Itu, uma carta que se direciona ao Exército e ao Comando Geral das Forças Armadas Brasileiras. Milhares de manifestantes aparecem no vídeo, todos vestindo as cores da bandeira, primeiramente, se colocam em silêncio para ouvir a leitura e, depois, gritam e comemoram ao fim da carta.	Ao fundo do áudio original toca a música Existe Vida Aí - Jessé Aguiar (canção religiosa)	Captador/narrador não aparece	Não há edição, tom de live
	intervencao6	Manifestantes comemoram a passagem de caminhões do exército em uma via pública, com gritos e aplausos. Muitos vestem verde e amarelo e carregam bandeiras do país.	O áudio original foi mantido. Adicionado em cima, na edição, trecho do hino nacional	Captador/narrador não aparece	Adição de <i>lettering</i> sobre as imagens e trilha sonora

**Quadro 2 — Características e descrição dos conteúdos no Tiktok sobre as manifestações antidemocráticas pós-eleição presidencial de 2022 utilizados na análise do trabalho (continua)**

TEMA	POSTAGEM	DESCRIÇÃO	SOM	PRESEÇA DO AUTOR	PRODUÇÃO
#interv ncaofed eral	intervencao1	Manifestantes estão ouvindo um depoimento de uma suposta mulher Argentina relatando sobre as diferenças da vida na Argentina e no Brasil. Estão todos virados para um trio elétrico em silêncio, ouvindo o discurso. A mulher que fala não aparece na imagem. No final do discurso, os manifestantes aplaudem e gritam. A grande maioria está vestida com as cores da bandeira, alguns carregam cartazes, que não é possível a leitura. No caminho há uma faixa com a frase "Precisamos de intervenção federal".	O áudio original foi mantido. Não há músicas, apenas o discurso da manifestante e depois aplausos.	Captador/ narrador não aparece	Apenas inserção de <i>lettering</i>
	intervencao8	Uma manifestante está pendurada na grade da frente do QG do Exército. Ela mostra um pouco do QG e dos demais manifestantes no local. Quase todos estão vestindo as cores da bandeira. No fundo, é possível ouvir os gritos de "Forças Armadas salvem o Brasil".	O áudio original foi mantido. Não há músicas, apenas a fala da manifestante e ao fundo gritos de "Forças Armadas salvem o Brasil".	Gravado em 1ª pessoa	Apenas inserção de <i>lettering</i>
#sosf faa	sos1	Imagens de uma manifestação menor, se comparada com os outros vídeos. Manifestantes estão à beira de uma via pública, parados, sentados. Grande parte deles está vestida de verde e amarelo e carrega uma bandeira do país.	Áudio original foi retirado, narração e trilha sonora melancólica foram adicionadas na pós-produção.	Captador/ narrador não aparece	Inserção de <i>lettering</i> , narração e trilha sonora
	sos2	Manifestantes estão caminhando no meio de uma via pública, vestidos de verde e amarelo, carregam a bandeira do país e um caixão preto com as palavras: constituição, democracia e liberdade. Na parte final do vídeo, aparece uma criança ao lado do caixão, já parado em uma bancada, com um placa escrita "Pare por sua família enquanto há tempo".	Áudio original do vídeo, marcha fúnebre toca ao fundo, enquanto alguém narra a situação no microfone (homem não aparece).	Captador/ narrador não aparece	Apenas inserção de <i>lettering</i>

**Quadro 2 — Características e descrição dos conteúdos no Tiktok sobre as manifestações antidemocráticas pós-eleição presidencial de 2022 utilizados na análise do trabalho (continua)**

TEMA	POSTAGEM	DESCRIÇÃO	SOM	PRESEÇA DO AUTOR	PRODUÇÃO
#sosffaa	sos1	Manifestantes estão parados na lateral de uma via pública, alguns de pé, outros sentados no meio fio, outros sentados em cadeira de praia. Não estão aos gritos de guerra, mas estão em conversas paralelas. Muitos vestidos com as cores da bandeira e vários segurando placas, algumas frases possíveis de serem lidas são (português e inglês): "O Brasil foi roubado", "Mundo o Brasil pede socorro! A imprensa corrupta não quer mostrar a verdade para o mundo!", "Censura não, não irão nos calar", "Supremo é o povo" - há várias cópias dos mesmos cartazes.	Áudio original do vídeo. Nenhuma informação se sobressai exatamente, mas os manifestantes estão em conversas paralelas, enquanto a câmera passa próximo a eles.	Captador/narrador não aparece	Não há edição, tom de live
	sos4	Centenas de manifestantes estão sentados em fileiras em uma via pública. No centro delas está a bandeira do Brasil e uma faixa com o seguinte texto: "Forças Armadas, o povo não quer governo comunista" e outras na frente, com os dizeres: "Todo poder emana do povo", "SOS FFAA" e "SOS Brazilian Army".	Trilha sonora adicionada na pós-produção, funk "Aqui é Brasil".	Captador/narrador não aparece	Imagens foram captadas com drone, mas não parece haver alguma edição extra
	sos5	Mulher sentada, aparentemente, em um dos acampamentos em frente a QGs, se grava de perto e convida outras pessoas a participarem da manifestação. É possível notar que há outros manifestantes sentados próximos a ela.	Áudio original do vídeo. É possível ouvir uma música ao fundo, mas não é possível identificar qual.	Gravado em 1ª pessoa	Não há edição, tom de live
	sos6	Primeiro take se trata de uma manifestante em cima de um trio discursando, ela fala sobre censura. Mostra os demais que estão assistindo, todos com a mão ou fita adesiva sob a boca. Muitos estão gravando nos seus celulares. Silêncio absoluto. Segundo take é uma foto estilo selfie do casal que está captando as cenas, no mesmo ambiente, ambos vestidos de verde e amarelo com uma bandeira nas costas, sobre a boca eles têm uma fita adesiva escrito "censura". Terceiro take volta para a manifestação, com imagens em movimento, os manifestantes estão gritando sucessivamente a palavra "liberdade" e balançando as bandeiras.	Áudio original do vídeo + adição de música (Stand Up - Cynthia Erivo)	O captador não aparece em um primeiro momento, depois há uma foto que, aparentemente, é dos autores do vídeo.	Haá uma junção de imagens estáticas e animadas, inserção de textos e trilha sonora
	sos7	Manifestante está na frente de um caminhão do Exército, aponta para ele e fala sobre querer uma intervenção militar.	Áudio original. Fica evidente apenas a fala do manifestante.	Gravado em 1ª pessoa	Inserção de <i>lettering</i>
	sos8	Compilado de imagens em vídeo e estáticas das manifestações em frente ao QG do Exército em Porto Alegre. São milhares de participantes usando verde e amarelo, abraçados ou balançando a bandeira do Brasil. Há também a presença de cartazes e imagens de drone.	Áudio original foi retirado e em cima foi posta uma narração em coro. No final, há a adição de uma música (Stand Up - Cynthia Erivo).	Captador/narrador não aparece	Vídeo bem-produtivo, várias imagens agrupadas, tanto estáticas quanto vídeos, legendas, <i>lettering</i> e trilha sonora.

**Quadro 2 — Características e descrição dos conteúdos no Tiktok sobre as manifestações antidemocráticas pós-eleição presidencial de 2022 utilizados na análise do trabalho (continua)**

TEMA	POSTAGEM	DESCRIÇÃO	SOM	PRESEÇA DO AUTOR	PRODUÇÃO
#supremo	supremo1	Manifestantes gritam de um lado da rua e do outro um pelotão do Exército está passando. Estão gritando que autorizam o decreto 142.	Áudio original. Narração e gritos de guerra ao fundo.	Captador/narrador não aparece	Não há edição, tom de live
	supremo2	Manifestante caracterizado como indígena, com cocar na cabeça, está discursando em lugar mais alto para outros apoiadores. Muitos estão gravando, praticamente todos vestidos com a camisa do Brasil ou enrolados em uma bandeira. Há outros caracterizados como indígenas assistindo e vibrando.	Áudio original. Discurso do manifestante e gritos de apoio.	Captador/narrador não aparece.	Apenas inserção de <i>lettering</i> e figurinha animada
	supremo3	Compilado de imagens de manifestantes, aparentemente, em uma estação de metrô, chegando para protestar. Todos eles vestem verde e amarelo, alguns estão abraçados à bandeira do Brasil. O primeiro take é estático, com uma foto, aparentemente da criadora do vídeo, enrolada na bandeira e olhando para a foto, está com duas listras verdes feitas com tinta em cada bochecha. As demais imagens são pequenos vídeos agrupados. Eles estão felizes e eufóricos. No último frame do vídeo, há uma foto de uma mulher sem mostrar o rosto, ela segura uma placa com a seguinte frase: "não ao abuso de poder do STF".	Áudio original removido. Adicionaram música (Stand Up - Cynthia Erivo) em pós-produção.	Começa com uma foto que, aparentemente e, é da criadora do vídeo, depois são vídeos em terceira pessoa.	Edição mais elaborada, com adição de música, agrupamento de imagens em vídeo e fotos.
	supremo4	Manifestante idosa discursa ao microfone, ao lado de uma caminhonete equipada com um grande equipamento de som. Há outro homem em cima do veículo, parece estar comandando, já que a senhora devolve o microfone a ele no final. Há milhares de outros manifestantes no entorno, escutando, gravando, balançando bandeiras e vestidos de verde e amarelo. Aparentemente, estão em frente a um QG do Exército.	Áudio original. Discurso do manifestante e gritos de apoio.	Captador/narrador não aparece.	Não há edição, tom de live
	supremo5	Imagens de manifestantes em Brasília no dia 08/01. O primeiro take, o usuário está gravando de dentro da manifestação, próximo aos demais participantes, estão vestindo verde e amarelo, carregam uma bandeira com muitos metros de comprimento e cantam "sou brasileiro, com muito orgulho, com muito amor". Segundo take o usuário está gravando mais distante, provavelmente, de cima de uma ponte ou passarela, são milhares de pessoas caminhando em conjunto e com dois veículos da polícia conduzindo na frente, a qualidade desse está bem ruim, o que facilita a manipulação. Take três parece ser originalmente de algum canal de imprensa. Última parte são os manifestantes subindo a rampa do Planalto, eufóricos, são muitos.	Áudio original foi mantido, mas também foi adicionado música em pós-produção <i>Stand Up</i> (Português) - Cynthia Erivo / Fernanda Oliver.	Captador/narrador não aparece.	Junção de cenas, música e <i>letterings</i>

**Quadro 2 — Características e descrição dos conteúdos no Tiktok sobre as manifestações antidemocráticas pós-eleição presidencial de 2022 utilizados na análise do trabalho (continuação)**

TEMA	POSTAGEM	DESCRIÇÃO	SOM	PRESENÇA DO AUTOR	PRODUÇÃO
	supremo6	Manifestantes, de forma coreografada, se apresentam em um local público (há um acampamento de golpistas atrás). Eles dançam e encenam, há representação de indígenas e outras pessoas sendo agredidas. Placas com algumas palavras são levantadas, como: impunidade, opressão, censura, corrupção, abuso de poder, insegurança, roubo, desigualdade. No final, todos gritam em coro: "pátria, família, liberdade, forças armadas salvem o brasil".	Áudio original dos manifestantes foi mantido, mas também foi adicionado música em pós-produção <i>Stand Up</i> (Português) - Cynthia Erivo/ Fernanda Óliver.	Captador/ narrador não aparece.	Há alguns cortes no vídeo, também música e <i>letterings</i>
	supremo7	Usuário capta de longe milhares de manifestantes em cima do Palácio do Planalto. Eles carregam faixas com a seguinte mensagem, em português e inglês, "queremos o código fonte".	Áudio original sobreposto pelo hino nacional.	Captador/ narrador não aparece.	Inserção de música e <i>letterings</i> . Além disso, o vídeo não é nativo da plataforma, foi captado na horizontal
	supremo8	Supostamente, uma venezuelana está dando um depoimento sobre um palanque sobre as condições de vida no seu país. Não é possível vê-la, não há como saber se, de fato, está na ocasião ou se é um áudio adicionado pós-produção. Também não é possível entender o que ela fala exatamente, mas o <i>lettering</i> sobre as imagens leva a crer em uma suposta crítica ao comunismo.	Áudio original. Discurso da manifestante e conversas paralelas.	Captador/ narrador não aparece.	Inserção de <i>lettering</i> e figurinha

Fonte: elaborado pelo autor.

O tópico *descrição*, do quadro acima, refere-se à descrição do que acontece visualmente em cada uma das postagens analisadas: ambiente, quantidade de manifestantes, o que vestem, o que estão fazendo, onde estão. A coluna *som* também compõem o que é possível perceber da publicação, o vídeo está com o áudio original ou não, há a presença de música ou narração, o som é do ambiente ou foi adicionada em pós-produção. Já em *presença do autor*, escrevemos se o criador do vídeo (captador, narrador etc.) está presente na imagem, se capta as cenas em formato selfie, mostrando seu rosto, ou com a câmera traseira do equipamento, gravando apenas os outros participantes. Na coluna *produção*, descrevemos se há ou não elementos de pós-produção no material, se ele é uma criação mais produzida, com *lettering*, narração gravada posteriormente a ocasião, se há edição de música, agrupamentos de imagens, ou se possui um tom mais simples/cru, algo mais parecido com um vídeo ao vivo.

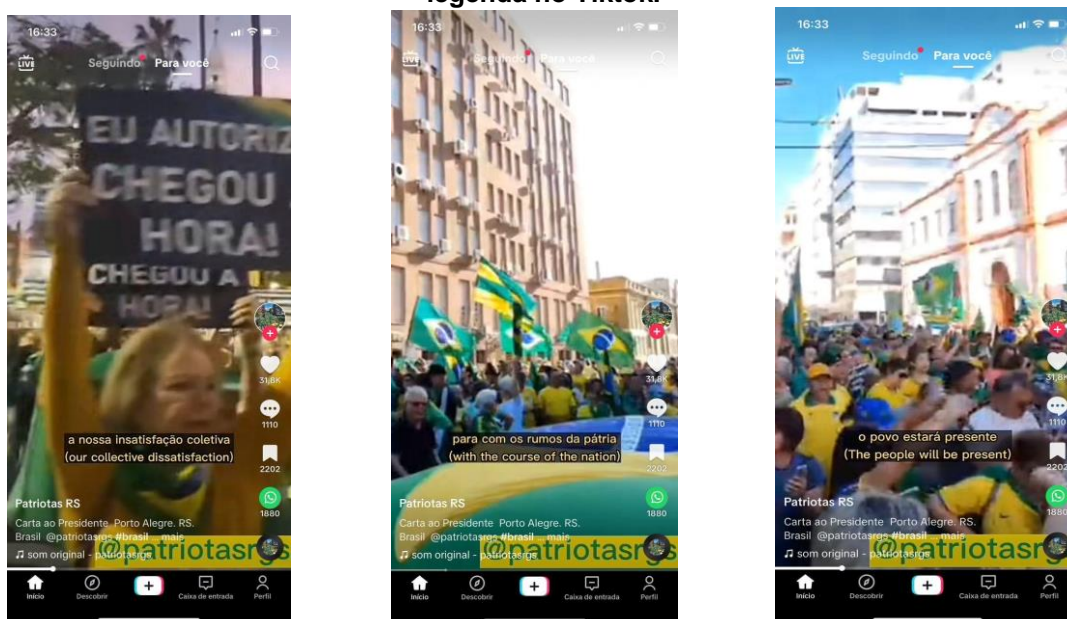


Há alguns formatos de vídeos entre os selecionados para a análise, podemos dividir, inicialmente, em dois grandes tipos: os que possuem uma *pós-produção maior*, com edições mais elaboradas, adição de narração, trilha sonora, junção de imagens, agrupamento de vários vídeo ou fotos; e os outros, que são mais crus, em *tom de live*, possivelmente captados no momento e compartilhados na rede sem grandes edições ou pós-produção.

#### 4.4.1 Vídeos com pós-produção

Dentro desses tipos de publicações, ainda conseguimos dividi-las em outras variações para entender detalhadamente os formatos de materiais utilizados no Tiktok. Tratando dos vídeos editados, é possível identificar dois subtipos principais que se repetem, compilado de imagens das manifestações *com narração* ou junção de imagens *com música* sobreposta, geralmente, viral. Quanto ao compilado com narração, é o caso dos conteúdos *intervencao3*, *intervencao4*, *sos1* e *sos8*; enquanto isso, o compilado editado com trilha sonora são *sos4*, *sos6*, *supremo3*, *supremo5* e *supremo6*.

**Figura 18 — Conteúdo *sos8*, exemplos de vídeo com pós-produção, presença de narração e legenda no Tiktok.**



Fonte: Aplicativo Tiktok.

Apesar das diferenças em áudio, ambos são compostos visualmente por cenas das manifestações, um agrupamento de vários momentos dos protestos, seja de um mesmo dia ou não. Nenhum deles mostra o rosto do autor do vídeo, o foco são os acontecimentos envolvendo terceiros nas manifestações, as imagens são gerais, isto é, não centralizam em uma ação específica.

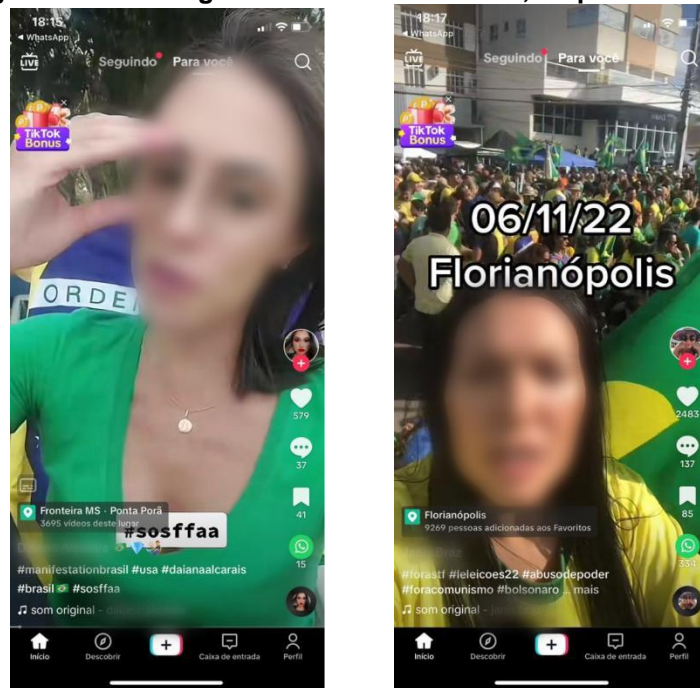
Alguns mantêm os áudios originais das cenas, de modo que é possível ouvir a euforia, gritos, aplausos — *sos6* e *supremo5* —, e outros retiram e mantêm apenas o som adicionado posteriormente — *intervencao3*, *intervencao4*, *sos1*, *sos4*, *sos8*, *supremo3*, *supremo6*. Todos contam com a ajuda sonora para criar sentidos com as publicações, ou seja, usam uma narração com tom sensacionalista ou uma música com cunho religioso, é necessária a junção das imagens com o som para que as criações façam sentido e cumpram os requisitos para viralizar na plataforma.

#### **4.4.2 Vídeos sem pós-produção**

Já as postagens em tom de *live* não utilizam as ferramentas de edição do aplicativo, são vídeos crus, captados e compartilhados sem nada ou quase nada de pós-produção. Possuem abordagem de relato experiencial, com o intuito de apresentar o acontecimento na sua realidade. Elas mostram o que está acontecendo no momento em si, seja frontalmente, captando imagens do autor, ou com a ajuda da câmera traseira do aparelho celular, captando o entorno de forma geral ou uma cena específica. Às vezes, elas contam com inserção simples de texto sobre as imagens ou nem isso.

Entre os vídeos selecionados, há três captados com a câmera frontal, em que o autor aparece. Eles têm um tom intimista, quase como uma conversa com quem está assistindo. O conteúdo *sos5* se refere justamente a uma manifestante, no dia três de dezembro (3/12), contando sobre a manifestação em Brasília e convocando mais participantes antes da Diplomação de Lula (12/12), como se fosse a última chance de conquistarem algo. Assim como na publicação *intervencao8*, em que uma manifestante, identificada como sendo de Florianópolis, mostra-se e, também, mostra o tamanho da manifestação em frente a um QG do Exército, afirmando que conseguirão alcançar o objetivo.

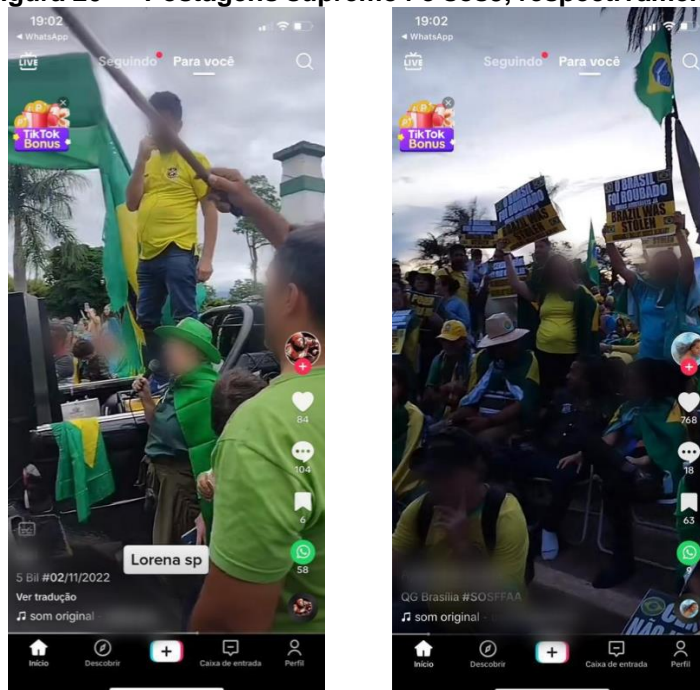
Figura 19 — Postagens sos5 e intervencao8, respectivamente.



Fonte: Aplicativo Tiktok.

O outro estilo de vídeo sem edição é aquele cujo autor não mostra seu rosto, mas os acontecimentos no entorno ou até alguma ação específica dentro da manifestação. Esses são os mais comuns na plataforma e, também, representam a maior quantidade entre as postagens analisadas.

Figura 20 — Postagens supreme4 e sos3, respectivamente.



Fonte: Aplicativo Tiktok.

De forma geral, todos os vídeos nesse estilo colocam o público que está assistindo através do aplicativo dentro da manifestação. Seja para convocar mais participantes ou para, simplesmente, mostrar o tamanho do protesto antidemocrático, eles são simples e mostram o que realmente está acontecendo no momento — claro, de acordo com o recorte que o autor decide fazer. Esse é outro ponto que precisamos considerar, isto é, o fato de que é uma característica que a maioria deles compartilha, são vídeos curtos, geralmente, com um recorte sem referente. Os autores não se preocupam em explicar com clareza a informação que está sendo passada, muitas vezes, simplesmente, compartilham um pequeno trecho do acontecimento. O espectador pode também tirar suas conclusões ou, em alguns casos, a legenda ou lettering sobre as imagens induzem a interpretar por um caminho específico. Independentemente de qualquer coisa, parecem cumprir o objetivo de mobilização de apoio considerando os números de engajamento que alcançam.

#### 4.5 CONTEÚDO DAS PUBLICAÇÕES

Após analisar os materiais conforme seus formatos, neste tópico, detalharemos as publicações com base, efetivamente, no conteúdo textual e visual que as compõem: textos inseridos, falas, gritos de guerra, faixas e cartazes, vestimentas e outros signos importantes para a análise. No quadro abaixo, discriminamos os aspectos de cada um dos vídeos:

**Quadro 3 — Descrição dos conteúdos presentes em cada um dos vídeos analisados (continua)**

TEMA	POSTAGEM	LEGENDA	LETTERING	ELEMENTOS SONOROS	ELEMENTOS VISUAIS
#intervencaoafederal	intervencao1	#intervencaoafederal	Fortaleza - CE	"A nossa bandeira jamais será vermelha" (gritos)	Manifestantes vestindo as cores da bandeira do país, grito de guerra, estão ocupando uma via pública, ao fundo um prédio mais antigo, que pode ser um QG do exército.

Quadro 3 — Descrição dos conteúdos presentes em cada um dos vídeos analisados (continua)

TEMA	POSTAGEM	LEGENDA	LETTERING	ELEMENTOS SONOROS	ELEMENTOS VISUAIS
#intervencãofederal	intervencao2	<p>Por nossas crianças, pelo futuro do nosso Brasil</p> <p>□□□□@cel.nikolas</p> <p>#intervencãovempraru a #intervencãofederal #intervencãomilitarco mbolsonaronopoder #intervencãomilitarja #vempraru #exercitobrasileiro□□ #exerc #militar #intervencao #Intervencãofederal</p>		"Olha que coisa mais linda, gente! Pelo futuro do nosso Brasil, pela nossa independência. Vamos pensar nas nossas crianças" (voz feminina, não mostra o rosto, está atrás da câmera)	Menino, 3 a 4 anos de idade, com farda completa do exército, segura uma mini bandeira do Brasil nas mãos.
	intervencao3	<p>□□.</p> <p>#intervencãofederaljá #intervencãofederal #eleicoes2022 #brasil</p>		"Indiscutivelmente os números não batem mais. O que era pra ser secreto, se transformou em vitrine mundial. A onda de força e fôlego de uma nação que não desistiu e não vai desistir. O hino, a bandeira de um povo que luta, ecoou ao mundo. Não há mais o que ceder. Perdemos muito nesses últimos anos, com o sistema, com a corrupção e com as mentiras contadas pela mídia manipuladora. A fraqueza de uma guerra mundial, a pandemia, nos fez fortes, nada mais pode nos silenciar. Vamos avançar, não vamos parar de crescer. Não estamos sozinhos, estamos juntos enfrentando como gigantes."	Manifestação em frente a um QG do Exército, centenas de pessoas vestidas de verde e amarelo (talvez milhares. Cartazes pedindo "intervenção federal". Manifestantes eufóricos, emanam um grito de guerra (sem áudio original).
	intervencao4	<p>#cascavel #cascavelpr #intervencãocivil #intervençãofederaljá</p>	Cascavel PR	"Ah se vocês soubessem o poder que vocês têm, o poder de mudar o mundo e transformar o nosso Brasil." (narração com a voz de Jair Bolsonaro)	Manifestantes a pé, motos, caminhões e carros (um deles adesivado com o rosto de Bolsonaro). Centenas de pessoas vestindo verde e amarelo e com faixas: "Intervenção Federal", "Presidente defenda nossa pátria!!! Art. 1.42/C.F" e "Não ao comunismo, intervenção federal já".

Quadro 3 — Descrição dos conteúdos presentes em cada um dos vídeos analisados (continua)

TEMA	POSTAGEM	LEGENDA	LETTERING	ELEMENTOS SONOROS	ELEMENTOS VISUAIS
#intervencaofederal	intervencao2	<p>1° manifesto entregue cidade de Itú □□</p> <p>#brasilmelhor #Deus #patria #liberdade #direita #tropa #ordemeprogresso #intervencaofederal já #</p>		<p>"Ao Coronel Henrique Cezar Loiola Santos, Excelentíssimo Comandante do 2º GAC. Nós, brasileiros, da estância turística de Itu, vimos solicitar à Vossa Senhoria o encaminhamento deste manifesto ao Comando Geral das Forças Armadas do Brasil. Reunidos por vários dias, em frente a esse respeitável grupamento, mostrar nossa indignação com os resultados das eleições gerais de 2022, onde acreditamos haver indícios de fraude durante todo o processo eleitoral. A lógica das manifestações assistidas ao longo desses anos... manifestações como as do dia 07 de setembro de 2021, 01 de maio de 2022 e 07 de setembro de 2022, nos levam a crer que os resultados das apurações são totalmente descabidos e incompatíveis a essas manifestações populares, onde visivelmente a participação da sociedade indicava um número extremamente superior ao da oposição. Com base em nossa carta magna, rogamos que as Forças Armadas executem a Intervenção Federal, para que tenhamos a certeza de que a voz do povo seja respeitada pelos poderes constituídos. Itu, 02 de novembro de 2022. Uma informação importante para vocês, essa carta já foi entregue ao 2º GAC de Itu. Segundo informação, Itu é a primeira..."</p>	<p>Manifestante, em frente ao QG do Exército, lê uma carta que se direciona ao Exército e ao Comando Geral das Forças Armadas Brasileiras solicitando intervenção. Milhares de manifestantes, todos vestindo as cores da bandeira, primeiramente se colocam em silêncio, depois gritam e comemoram ao fim da carta.</p>

Quadro 3 — Descrição dos conteúdos presentes em cada um dos vídeos analisados(continua)

TEMA	POSTAGEM	LEGENDA	LETTERING	ELEMENTOS SONOROS	ELEMENTOS VISUAIS
#intervencãofederal	intervencao2	<p>QUEREMOS NOSSO PRESIDENTE            @bolsonaromessiasjair            NO PODER.            QUEREMOS INTERVENÇÃO FEDERAL JÁ.            #deusacimadetudo            #deusacimadetodos            #Deus #Familia #Patria            #Liberdade            #mudabrasil            #Bolsonaro            #intervenção #Brasil</p>	<p>Intervenção federal já.            Queremos Bolsonaro no poder!</p>		<p>Manifestantes comemoram a passagem de caminhões do exército em uma via pública, ao gritos e aplausos. Muitos vestem verde e amarelo e carregam bandeiras do país.</p>
	intervencao7	<p>#argentina #brasil            #nossabandeiraeverdeeamarela #fy            #foryou            #intervencãofederal            #brusque #sc</p>	<p>Argentina relatando o que acontece na Argentina, se não quer isso para nosso país vá para rua</p>	<p>"... Argentina. Muita gente me perguntou... é verdade o que falam da Argentina? Galera, é verdade! O povo passa fome, não tem comida na prateleira, não tem. Eu estive lá em julho, não tem comida na prateleira. Os preços aumentam a cada dia. Aí vem me falar... mas Brasil tá igual. Não, tá não. Eu sou mãe, eu vou no mercado, eu trabalho, não tá igual lá. Minha irmã veio aqui e falou: gente, que loucura! Vocês andam na rua com o carro e a janela aberta. Lá não dá mais. A insegurança não te permite andar na rua com teu carro e a janela aberta, você é assaltado. Minha irmã viu um policial sendo assassinado na frente dela. Ninguém faz nada. Não tem policial, não tem segurança. Gente, não deixem que o Brasil vire a Argentina, não deixem."</p>	<p>Manifestante Argentina relata sobre as diferenças da vida na Argentina e no Brasil.            Manifestantes aplaudem e gritam. A grande maioria está vestida com as cores da bandeira, alguns a carregam cartazes e a bandeira. No caminhão há uma faixa com a frase "Precisamos de intervenção federal".</p>
	intervencao8	<p>#forastf #leleicoes22            #abusodepoder            #foracomunismo            #bolsonaro            #manifestacao #foralula            #intervencãofederal            #forapt #xandaoditador            #foraluladrao            #florianopolis #direita</p>	<p>06/11/2022            Florianópolis</p>	<p>"Gente, hoje aqui oh... 06 de novembro, Floripa. Tá gigante, ninguém está noticiando nada, fazendo esse vídeo para mostrar pro resto do Brasil, que também deve tá assim. A gente tem certeza que a gente via ter a nossa conquista." (mulher mostrando o rosto e falando sobre a manifestação)</p>	<p>Manifestante em frente ao QG do Exército mostra a movimentação no local. Quase todos estão vestindo as cores da bandeira. No fundo, é possível ouvir os gritos de "Forças Armadas salvem o Brasil".</p>

Quadro 3 — Descrição dos conteúdos presentes em cada um dos vídeos analisados(continua)

TEMA	POSTAGEM	LEGENDA	LETTERING	ELEMENTOS SONOROS	ELEMENTOS VISUAIS
#soss faa	sos1	2º Batalhão de Infantaria de Selva BELÉM-PA ( 10 / 11 / 2022) 00:45 H #exercitobrasileiro□□ □ #SOSFFAA	2ª Batalhão de Infantaria de Selva Balém - PA 10/11/2022 00:41H Pátria Amada Brasil	"Muito bom estar entre amigos, melhor ainda quando esses amigos tem um coração verde e amarelo, o ideal para servir a pátria. Qualquer imprevisto a Forças Armadas estão prontas para cumprir com seu dever a ajudar o próximo. Pelo povo e pelo seu país. O caminho é um só, é amar a sua pátria, é falar a verdade. Para quem crer, é Deus acima de tudo. Obrigado a todos! (narração com voz do Bolsonaro) Brasil acima de tudo!	Manifestação pequena se comparada com os outros vídeos. Manifestantes estão à beira de uma via pública, parados, sentados. Grande parte deles está vestindo verde e amarelo e carrega uma bandeira do país.
	sos2	Oremos pela nação #luto #deuspatriafamilia□□ □□□□□□□□□□ #sompatriotas #sossfaa #exercitobrasileiro□□ #manifestandorealidades #BrasilAcimaDeTudo	Luto Oficial!	"É um momento bastante representativo, que vai chocar algumas pessoas, mas esta é a realidade que temos hoje. Este é o toque fúnebre. A nossa liberdade, a nossa democracia, está sendo conduzida nesse momento. Nós estamos sendo cerceados do nosso direito. Pedimos a todos que compreendam que estamos nesse momento em um ato... Esse é um momento em que nós nos colocamos naquele momento, em que o sentimento nosso é de extrema tristeza. Por que algo que nós estamos aqui, buscando preservar, gostaríamos que estivesse viva. mas infelizmente nós temos enfrentado isso..."	Manifestantes caminhando em via pública, vestidos de verde e amarelo. Carregam a bandeira do país e um caixão preto com as palavras: constituição, democracia e liberdade. Ao lado, uma criança segura uma placa escrito "Pare por sua família enquanto há tempo".
	sos3	QG Brasília #SOSFFAA			Manifestantes parados na lateral de uma via pública, alguns de pé, outros sentados no meio fio, outros sentados em cadeira de praia. Vestidos com as cores da bandeira e segurando placas: (em português e inglês): "O Brasil foi roubado", "Mundo o Brasil pede socorro! A imprensa corrupta não quer mostrar a verdade para o mundo!", "Censura não, não irão nos calar", "Supremo é o povo".



Quadro 3 — Descrição dos conteúdos presentes em cada um dos vídeos analisados(continua)

TEMA	POSTAGEM	LEGENDA	LETTERING	ELEMENTOS SONOROS	ELEMENTOS VISUAIS
#suprem oeopovo	sos4	Aqui é Brasil □□□ #sosffaa #manifestaçao #fraude #brasil #direita #lulaladrao #foryou #bolsonaro	Resende - RJ		Manifestantes sentados em uma via pública junto de uma bandeira do Brasil e uma faixa com o seguinte texto: "Forças Armadas, o povo não quer governo comunista". Outras faixas a frente com os dizeres: "Todo poder emana do povo", "SOS FFAA" e "SOS Brazilian Army".
	sos5	#manifestationbrasil #usa #daianaalcarais #brasil□□ #sosffaa	#sosffaa	"Oi, pessoal, como vai? Hoje, 03 de dezembro de 2022, pelo sábado, continuamos aqui em frente ao QG em Brasília. Você sabia que dia 12 está marcado a diplomação do Lula? Vocês estão prontos para perder a sua liberdade, a sua propriedade, a sua poupança, suas aplicações, a liberdade religiosa, o direito de expressão? Venha para Brasília, vá participar pessoalmente, concretamente, das mobilizações na sua cidade. É agora ou nunca! Faltam 09 dias. Será que é preciso desenhar? A única certeza que nós temos, certeza absoluta, é o que vai acontecer se nós desistirmos ou se cada um de nós não fizermos a nossa parte. Se você é da direita conservadora, se você ainda acredita que é possível fazer alguma coisa e mesmo que nem acredite tanto, faça sua parte, porque se nada fizer, pode ter certeza do vai acontecer. Vem para Brasília!" (mulher se grava e faz o discurso)	Mulher sentada em um dos acampamentos em frente a QGs, se grava de perto e convida outros a participarem da manifestação.

Quadro 3 — Descrição dos conteúdos presentes em cada um dos vídeos analisados(continua)

TEMA	POSTAGEM	LEGENDA	LETTERING	ELEMENTOS SONOROS	ELEMENTOS VISUAIS
#suprem oeopovo	sos6	Os dias de cenaura estao chegando ao fim□□□□ #sosffaa #brazilwasstolen #censura #vemprasruas #sosbrasil #supremoeopovo	06/11/2022 Marinha - Itajaí Lulte por sua liberdade #sosffaa	"Estamos passando por uma cen..." (manifestante discursando em cima do trio) "Liberdade, liberdade, liberdade.." (demais manifestantes que estavam assistindo)	Manifestante discursando sobre censura, os demais estão com a mão ou fita adesiva sob a boca e em silêncio absoluto. Depois, uma foto estilo selfie do casal, ambos vestidos de verde e amarelo com uma bandeira nas costas, sob a boca eles tem uma fita adesiva escrito "censura". Posteriormente, os manifestantes gritam sucessivamente a palavra "liberdade" e balançam as bandeiras.
	sos7	SOS FFAA NÃO É POSSÍVEL FOMOS ASSALTADOS! BORA BRASIL! #SOSFFAA #BRASIL #exercitobrasileiro□□ #marinhadobrasil□□ #aeronauticabrasileira □□ #patriabrasil□□ @bolsopatriota @nikolasferreiradm @bolso.mito2022 @curitiba_cwb	SOSFFAA	"Fala, pessoal, beleza? Não resisit! Seria pedir muito? Seria pedir muito? Seria pedir muito? Socorram o Brasil [apontando para um caminhão do Exército], do Exército Brasileiro. Deus, pátria e família. O Exército Brasileiro nos socorreram. Vamos lá, bora Brasil! Deus, pátria e família."	Manifestante a frente de um caminhão do Exército, aponta para ele e pede intervenção militar.
	sos8	Carta ao Presidente Porto Alegre. RS. Brasil @patriotasrgs #brasil #brazilwasstolen #sosforçasarmadas #sosffaa #forçasarmadassalve manação #salvemessan	@patriotasrgs	"Atenção, sr. Presidente. Aos 27 dias, nós brasileiros, de todas as raças, idades e crenças, temos mostrado a nossa insatisfação coletiva para com os rumos da pátria. O povo estará presente como braço amigo para fortalecer as suas decisões como chefe da nação. Temos enfrentado sol, chuva, vento madrugadas a fio, em frente aos quartéis e aqui ficaremos para ter certeza da soberania nacional. Confiamos na tua competência, como chefe comandante das Forças Armadas, para realizar o que for necessário para salvar a nossa ordem e liberdade. Nós, cidadãos brasileiros, autorizamos." (narração)	Imagens em frente ao QG do Exército em Porto Alegre. Milhares de participantes usando verde e amarelo, abraçados ou balançando a bandeira do Brasil.

**Quadro 3 — Descrição dos conteúdos presentes em cada um dos vídeos analisados(continua)**

TEMA	POSTAGEM	LEGENDA	LETTERING	ELEMENTOS SONOROS	ELEMENTOS VISUAIS
#supremoeopovo	supremo1	Brasília 27 11 222 Exército em Brasília Manifestação em Brasília #supremoeopovo #euautorizopresidente #142 #glo #brazilwastolen		"07h49, 27 de novembro. Vem pra Brasília" (narrador/filmmaker) "Eu autorizo. Eu autorizo. 142. 142" (gritos ao fundo)	Manifestantes gritam que autorizam o decreto 142 ao pelotão do Exército que está passando.
	supremo2	#supremoeopovo POVO RESILIENTE □□	Índio só falou a VERDADE!	"...colocando só lei, só lei e nos aceitando. E nós estamos errados, sabe porque? Ele tá aí oh, pondo a polícia pra multar caminhão, pra tirar o povo da rua, oprimindo a sociedade brasileira e nós estamos calados. E ele não é o Deus da Terra não, só existe um Deus que tá no céu."	Manifestante indígena discursa para outros apoiadores. Muitos estão gravando, vestidos com a camisa do Brasil ou enrolados em uma bandeira. Há outros indígenas assistindo e vibrando.
	supremo3	02/11/2022 - vai ficar marcado! #stfvergonhanacional #supremoeopovo #lulacorrupto #manifestacoesrj #riodejaneiro #forcasarmadas #palacioduquedecaxiasrj #centraldobrasilrj	O que o globo não vai e não quer te mostrar:		Manifestantes em uma estação de metrô, vestem verde e amarelo, alguns estão abraçados à bandeira do Brasil. O primeiro take é uma foto, aparentemente, da criadora do vídeo, enrolada na bandeira e olhando para a foto, está com duas listras verdes feitas com tinta em cada bochecha. No último frame, há uma foto de uma mulher, sem mostrar o rosto, segurando uma placa com a seguinte frase: "Não ao abuso de poder do STF".
	supremo4	5 Bil #02/11/2022	Lorena sp	"...temos um Deus no coração. E eu vou dizer... essa... como vou dizer para vocês... É um decreto... A luz de Deus jamais será vencida! [repete 10 vezes — outros manifestantes acompanham] Glória a Deus nas alturas, aos homens de boa vontade. Deus salve o Brasil! Obrigada!"	Manifestante idosa discursa ao microfone, ao lado de uma caminhonete equipada com um grande equipamento de som. Há milhares de outros manifestantes no entorno, escutando, gravando, balançando bandeiras e vestidos de verde e amarelo. Aparentemente, estão em frente a um QG do Exército.

**Quadro 3 — Descrição dos conteúdos presentes em cada um dos vídeos analisados(continuação)**

TEMA	POSTAGEM	LEGENDA	LETTERING	ELEMENTOS SONOROS	ELEMENTOS VISUAIS
#supremoeopovo	supremo5	Povo no controle do país #supremoeopovo #supremo ##patriotas ##patriotascombolsonaro #patriotas□□ #direita #direitaconservadora #luladrao #nine #stf #stfvergonhanacional #bolsonaro #bolsonaro2022 #foracomunistas #patria @PAPODIREITA @Direita Conservadora @Direita Conservadora @DireitaBrasil□□ @DireitaConservadora2022 #direitabrasil	O povo assumiu o controle do país - @ramondefantii (aparece durante todo o vídeo)  Com informações do Detran, há um corredor de 7km cheio de manifestantes e seus veículos em direção ao Congresso Nacional		Manifestantes em Brasília no dia 08/01. O primeiro take é de dentro da manifestação, bem próximo aos demais participantes, eles estão vestindo verde e amarelo, carregam uma bandeira com muitos metros de comprimento e cantam "sou brasileiro, com muito orgulho, com muito amor". São milhares de pessoas caminhando em conjunto e com dois veículos da polícia conduzindo na frente. Última parte são os manifestantes subindo a rampa do Planalto, eufóricos, são muitos.
	supremo6	Deus,Pátria, Família e Liberdade! #supremoeopovo #brasil #protesto	Deus, Pátria, Família e Liberdade! Igreja Ainda Há Esperança 14/11/2022 Recife Parte 2	"Pátria, família, liberdade. Forças Armadas salvem o Brasil! (tom de grito de guerra)	Manifestantes dançam e encenam em local público vestindo verde e amarelo. Posteriormente, placas com algumas palavras são levantadas, como: impunidade, opressão, censura, corrupção, abuso de poder, insegurança, roubo, desigualdade. No final, todos gritam em coro: "pátria, família, liberdade, forças armadas salvem o brasil".
	supremo7	#brazilian #brasileirospelomundo #congresocorrupto #congresocorrupto #braziliansprings	Queremos transparência (código fonte) das eleições  Brasil <3 Supremo é o povo	"Supremo é o povo" (usuário que está gravando, no final do vídeo)	Milhares de manifestantes em cima do Palácio do Planalto. Eles carregam faixas com a seguinte mensagem, em português e inglês, "queremos o código fonte".
	supremo8	Os amigos Venezuelanos nos alertando do que já passaram. #brasil #acordabrasil #supremoeopovo #salvemobrasil	Amigos Venezuelanos Nos alertando sobre o comunismo!!	Inaudível	Uma venezuelana dando um depoimento sob um palanque sobre as condições de vida no seu país. Não é possível entender o que ela fala exatamente, mas o lettering sob as imagens, nos leva a crer em uma suposta crítica ao comunismo.

Fonte: elaborado pelo autor.

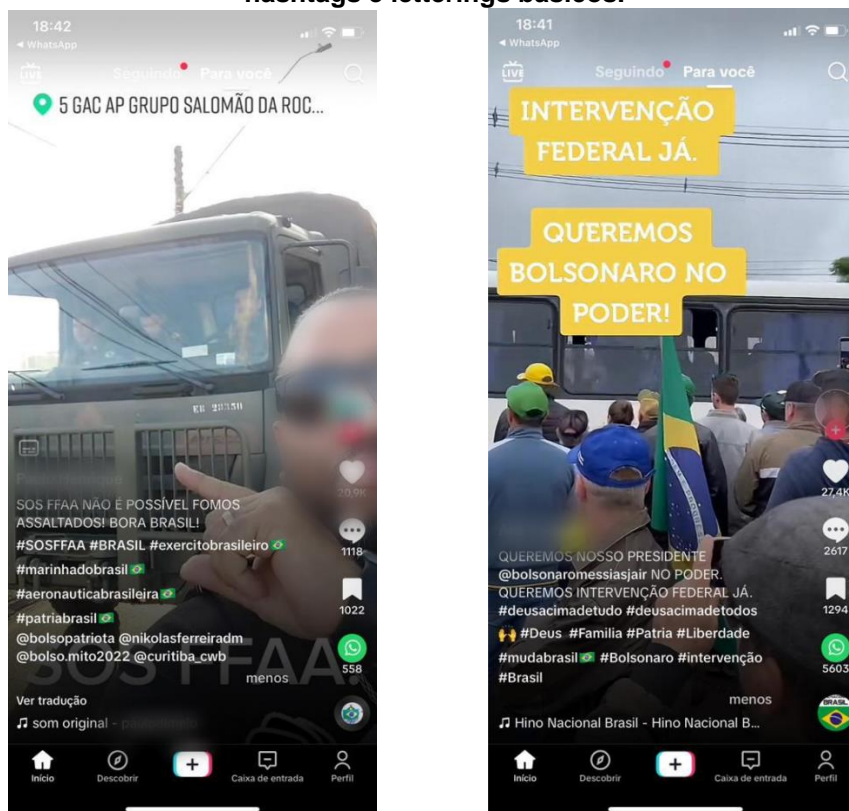
*Legenda* se refere ao texto que o usuário escreve quando publica o vídeo na plataforma, geralmente, tem a função de ajudar a compreender, identificar ou interpretar a imagem. É justamente na legenda que os publicadores inseriram as

*hashtags* que nos permitiram coletar o material e é esse conteúdo deliberadamente inserido pelo usuário ao publicar o vídeo que expressa o cunho antidemocrático e golpista dos manifestantes (assim denominados neste trabalho). *Lettering* é o texto que o usuário escreve sobre a imagem do vídeo, diferente da legenda que não fica sobre a imagem — é uma informação à parte —, o *lettering* fica no vídeo, é acrescentado em pós-produção do material. *Elementos sonoros* compreendem todo o conteúdo sonoro da publicação: música, narração, falas e gritos de guerra. A coluna *elementos visuais* trata do conteúdo visual possível de ser extraído do vídeo: vestimenta e comportamento dos manifestantes, ambiente, cartazes e faixas.

#### 4.5.1 Legendas e *letterings* das publicações

De maneira geral, os manifestantes não trouxeram tanto conteúdo textual para as *legendas* das publicações. Praticamente todas elas são compostas por diversas *hashtags*, marcações de outros perfis ou, simplesmente, a localização da manifestação em questão.

**Figura 21 — Publicações sos7 e intervencao6, exemplos de legendas com excessivas hashtags e letterings básicos.**



Fonte: Aplicativo Tiktok.

No Tiktok, pelo foco das informações, recorrentemente, estar nas imagens, os atributos textuais não são tão utilizados, então, é comum que vejamos outros materiais montados seguindo essas diretrizes na plataforma. Por outro lado, boa parte dos manifestantes utilizaram os espaços para *linkar* temas discutidos nos vídeos, em formato de *hashtags*. Para explorar melhor as *hashtags* mencionadas, pelo alto volume e como muitas se repetem, montamos uma nuvem de palavras:

Figura 22 — Nuvem de palavras com base nas *hashtags* usadas nas legendas das publicações.



Fonte: Produzido pelo autor no site <https://infogram.com/>.

Logicamente, os assuntos mais citados são as *hashtags* principais utilizadas para encontrar as publicações para esta análise: *#intervencoafederal*, *#sosffaa* e *#supremoeopovo*. Entretanto, há outras que vêm logo em seguida e ajudam a definir o público manifestante e entender um pouco das suas intenções. É o caso, por exemplo, do tema *#exercitobrasileiroBR*, que reforça o objetivo antidemocrático de conquistar a atenção e interferência das Forças Armadas no processo eleitoral. Com *#brazilwastolen*, certamente, referem-se a uma tentativa de chamar atenção também de outros países sobre o ocorrido. Com frequência, aparecem, também, *#bolsonaro*, *#bolsonaro2022*, *#direita*, *#conservadores*, *#direitaconservadora*, *#patriotas* o que

reforça a presença de bolsonaristas e direitistas conservadores nas manifestações golpistas.

As tags também perpetuam alguns discursos já presentes em falas de Jair Bolsonaro ou que ele alimentava, como #deus, #família, #pátria, #liberdade<sup>50</sup>, #lulaladrão<sup>51</sup>, #stfvergonhanacional<sup>52</sup>, #foracomunismo<sup>53</sup>,

<sup>50</sup> Jair Bolsonaro utilizou o slogan do movimento fascista brasileiro Ação Integralista Brasileira (AIB), “Deus, pátria e família” com adição do termo liberdade, em discurso na Hungria (ver: NORBERTO, Cristiane. Bolsonaro usa lema fascista na Hungria: 'Deus, pátria, família e liberdade'. Estado de Minas Política, [s.l.], 17 fev. 2022. Disponível em: [https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2022/02/17/interna\\_politica,1345682/bolsonaro-usa-lema-fascista-na-hungria-deus-patria-familia-e-liberdade.shtml](https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2022/02/17/interna_politica,1345682/bolsonaro-usa-lema-fascista-na-hungria-deus-patria-familia-e-liberdade.shtml). Acesso em 18 ago. 2023). Em diversas oportunidades, ele encerrou suas falas com o mesmo lema, assim como no primeiro debate entre presidenciais promovido por UOL, Band, Folha de S. Paulo e TV Cultura em 28 de agosto de 2022. Ver: DIAS, Gabriel. 'Deus, Pátria, Família': de onde veio o lema fascista usado por Bolsonaro? Uol, [s.l.], 29 ago. 2022. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/eleicoes/2022/08/29/deus-patria-familia-lema-de-bolsonaro-tem-origem-fascista-entenda.html>. Acesso em 18 ago. 2023.

<sup>51</sup> Separamos alguns exemplos de notícias dos principais veículos que demonstram que o assunto estava presente em diversas falas de Jair Bolsonaro: Bolsonaro chama Lula de “chefe de organização criminosa” (ver: Bolsonaro chama Lula de “chefe de organização criminosa”. Poder 360, [s.l.], 20 out. 2022. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/eleicoes/bolsonaro-chama-lula-de-chefe-de-organizacao-criminosa/>. Acesso em 18 ago. 2023); Bolsonaro volta chamar Lula de 'ladrão' e diz que petista não foi absolvido. Disponível em: [https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2022/10/06/interna\\_politica,1403736/bolsonaro-volta-chamar-lula-de-ladrao-e-diz-que-petista-nao-foi-absolvido.shtml](https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2022/10/06/interna_politica,1403736/bolsonaro-volta-chamar-lula-de-ladrao-e-diz-que-petista-nao-foi-absolvido.shtml); Ministro do TSE suspende vídeo de Bolsonaro que chama Lula de corrupto e ladrão (ver: COELHO, Gabriela. Ministro do TSE suspende vídeo de Bolsonaro que chama Lula de corrupto e ladrão. CNN Brasil, Brasília, 12 out. 2022. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/ministro-do-tse-suspende-video-de-bolsonaro-que-chama-lula-de-corrupto-e-ladrao/>. Acesso em 18 ago. 2023).

<sup>52</sup> Coletamos algumas matérias jornalísticas com críticas de Bolsonaro publicamente ao STF: Bolsonaro critica STF e diz que surgiu “classe de ladrão” de liberdade (ver: CNN. Bolsonaro critica STF e diz que surgiu “classe de ladrão” de liberdade. CNN Brasil, [s.l.], 3 jun. 2022. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/bolsonaro-critica-stf-e-diz-que-surgiu-classe-de-ladrao-de-liberdade/>Acesso em 18 ago. 2023); Bolsonaro ataca STF e desqualifica carta em defesa da democracia (ver: SOARES, Ingrid; PATRIOLINO, Luana. Bolsonaro ataca STF e desqualifica carta em defesa da democracia. Correio Braziliense, [s.l.], 3 ago. 2022. Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/politica/2022/08/5026493-bolsonaro-ataca-stf-e-desqualifica-carta-em-defesa-da-democracia.html>. Acesso em 18 ago. 2023); Bolsonaro critica ministros do STF e questiona resultados das eleições de 2014 e 2018 (ver: JASPER, Fernando. Bolsonaro critica ministros do STF e questiona resultados da... Gazeta do Povo, [s.l.], 14 jun. 2022. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/economia/bolsonaro-critica-ministros-do-stf-e-questiona-resultados-das-eleicoes-de-2014-e-2018/>. Acesso em 18 ago. 2023).

<sup>53</sup> Captamos algumas manchetes com o tema de falas públicas de Bolsonaro sobre comunismo: Bolsonaro: "Peço a Deus que brasileiros não experimentem dores do comunismo" (ver: AGÊNCIA ESTADO. Bolsonaro: "Peço a Deus que brasileiros não experimentem dores do comunismo". Correio Braziliense, [s.l.], 16 jul. 2022. Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/politica/2022/07/5022694-bolsonaro-peco-a-deus-que-brasileiros-nao-experimentem-dores-do-comunismo.htm>. Acesso em 18 ago. 2023); Medo de comunismo em metade dos brasileiros é vitória de Bolsonaro (ver: VIEIRA, Vinicius Rodrigues. Medo de comunismo em metade dos brasileiros é vitória de Bolsonaro. JOTA, [s.l.], 3 jul. 2023. Disponível em: <https://www.jota.info/opiniao-e-analise/colunas/democracia-em-transe/medo-de-comunismo-em-metade-dos-brasileiros-e-vitoria-de-bolsonaro-03072023>. Acesso em 18 ago. 2023); Bolsonaro sobre Lula: 'Capeta que quer impor o comunismo no nosso Brasil' (ver: PEDRA, Luana. Bolsonaro sobre Lula: 'Capeta que quer impor o comunismo no nosso Brasil'. Estado de Minas Política, [s.l.], 13 set. 2022. Disponível em:

#brasilacimadetudo<sup>54</sup>. Já nas legendas, também se torna evidente o apelo religioso que acompanhou todo o movimento: dar exemplos das # relacionadas à religião. #foryou e #fy são termos nativos da plataforma, For You (ou Para Você em português) é o *feed* de publicações que o Tiktok personaliza para o usuário, que é diferente do *feed Seguindo*, em que apresenta apenas postagens de usuários que, efetivamente, são seguidos pelo perfil em questão. Usando essas *tags* os usuários tentam levar o conteúdo para as *For You* de mais usuário. Entretanto, não há comprovação de que funcione, a plataforma não comenta nada sobre isso, mas é uma tentativa.

Já em relação aos *letterings*, que são os textos sobre as imagens, há em alguns a presença dos mesmos temas citados nas legendas, mas, também, temos outras informações importantes a serem analisadas. As publicações *intervencao6*, *sos2*, *sos6*, *supremo3*, *supremo5*, *supremo6*, *supremo7* carregam frases mais fortes, que soam quase como um grito de guerra — alguns até são reproduzidos em áudio, posteriormente veremos: “Intervenção federal já. Queremos Bolsonaro no poder!”, “Luto oficial!”, “Lute por sua liberdade #sosffaa”, “O povo assumiu o controle do país”, “O que a globo não vai e não quer te mostrar:”, “Deus, Pátria, Família e Liberdade! Igreja Ainda Há Esperança”, “Queremos transparência (código fonte) das eleições”. Ambas alimentam desinformações — falaremos com mais detalhes em item a seguir sobre o tema — que circulam em ambientes *on-line* e *off-line*, uma delas estreita os laços com a religião, que muito aparece nas manifestações também, e, de forma geral, fortalecem a intenção antidemocrática dos atos.

Há casos, também, em que os *letterings* são essenciais para que as imagens e áudios façam efeito. É o caso de dois vídeos em tom de depoimento dentro das manifestações, o *intervencao7* e o *supremo8*. Os vídeos são tão pequenos e/ou estão distantes do acontecimento, dessa forma, os *letterings* são essenciais para o entendimento.

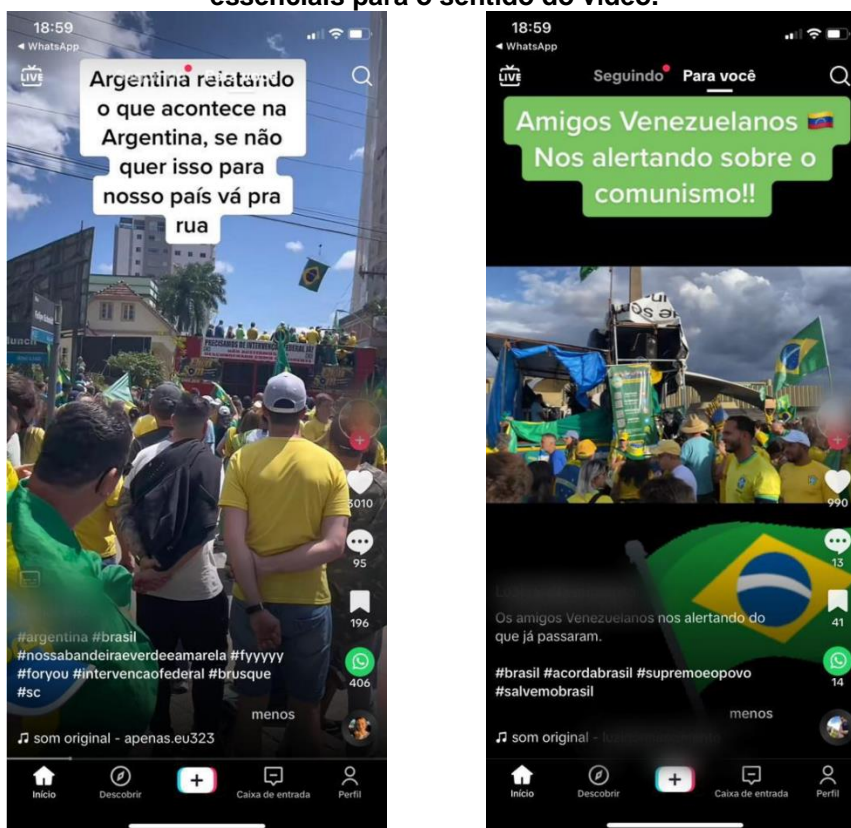
---

[https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2022/09/13/interna\\_politica,1393335/bolsonaro-sobre-lula-capeta-que-quer-impor-o-comunismo-no-nosso-brasil.shtml](https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2022/09/13/interna_politica,1393335/bolsonaro-sobre-lula-capeta-que-quer-impor-o-comunismo-no-nosso-brasil.shtml). Acesso em 18 ago. 2023).

<sup>54</sup> “Brasil acima de tudo, Deus acima de todos” foi o slogan de campanha adotado por Jair Bolsonaro em 2022. Ver: FOLHAPRESS. ‘Brasil acima de tudo’: conheça a origem do slogan de Bolsonaro. Gazeta do Povo, [s.l.], 24 out. 2018. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/brasil-acima-de-tudo-conheca-a-origem-do-slogan-de-bolsonaro-7r6utek3uk1axzyruk1fj9nas/>. Acesso em 18 ago. 2023.



Figura 23 — Publicações intervencao7 e supremo8, respectivamente, exemplos de letterings essenciais para o sentido do vídeo.



Fonte: Aplicativo Tiktok.

No primeiro caso, é, supostamente, uma mulher argentina que conta sobre a vida no país, com a intenção de chocar e fazer as pessoas se manifestarem para que o Brasil não se torne uma Argentina. Porém, a imagem é tão longe que não é possível enxergar a pessoa falando em cima de um caminhão. Assim, os *letterings* auxiliam no entendimento ou até mesmo podem interferir na interpretação do espectador. O segundo caso é muito parecido, entretanto, o vídeo é extremamente curto e o trecho de áudio disponível não faz sentido sozinho, de modo que parece se tratar, inclusive, de um assunto completamente destoante. É através dos *letterings* que o conteúdo faz sentido. Por isso, considera-se que há chances de ser uma informação manipulada, ou seja, desinformação.

#### 4.5.2 Elementos sonoros das publicações

A sonoridade é algo importante e sempre presente em produções no Tiktok, afinal de contas, a plataforma possui ferramentas nativas para trabalhar esse aspecto,

biblioteca de sons e praticidade em realizar narrações, que podem ser gravada diretamente ou escrito para a ferramenta ler. Dentro da dimensão sonora dos vídeos analisados, vamos nos atentar a três atributos principais: narração/fala, gritos de guerra e trilhas sonoras.

Os *gritos de guerra*, geralmente, acompanham qualquer manifestação pública, no ambiente *off-line* e digital também. Nas manifestações antidemocráticas pós-eleições presidenciais de 2022 não foi diferente. Conseguimos elencar algumas frases repetidas durante os vídeos: “a nossa bandeira jamais será vermelha”, “Forças Armadas salvem o Brasil”, “Brasil acima de tudo!”, “Liberdade, liberdade, liberdade...”, “Eu autorizo. Eu autorizo. 142. 142”, “A luz de Deus jamais será vencida!”, “sou brasileiro, com muito orgulho, com muito amor”.

Nas *narrações/falas* encontramos linhas parecidas de pensamentos. Muitas informações sem referente, perpetuando desinformações, como a publicação *intervencao5*, que insinua fraude nas urnas eletrônicas, mais uma vez, a frente de milhares de manifestantes. Não há preocupação alguma com a verdade, assim como afirmam Mendonça *et al.* (2023), o importante é o ataque ao oponente, mesmo que precise mentir para isso. É o caso também do vídeo *sos5*, em que a manifestante convoca os espectadores a participarem do movimento sob risco de “[...] perder a sua liberdade, a sua propriedade, a sua poupança, suas aplicações, a liberdade religiosa, o direito de expressão”<sup>55</sup>.

A intenção golpista dos manifestantes não está só presente nas *hashtags*, legendas e *letterings*, está evidente nas suas falas. Em mais de uma postagem notamos na fala dos golpistas um discurso de “autorização” a algo, geralmente, alinhado ao Artigo 142<sup>56</sup>. Também é indiscutível o objetivo dos atos na publicação *sos8*, em que os manifestantes leem uma carta ao presidente em coro:

"Atenção, sr. Presidente. Aos 27 dias, nós brasileiros, de todas as raças, idades e crenças, temos mostrado a nossa insatisfação coletiva para com os rumos da pátria. O povo estará presente como braço amigo para fortalecer as suas decisões como chefe da nação. Temos enfrentado sol, chuva, vento madrugadas a fio, em frente aos quartéis e aqui ficaremos para ter certeza da soberania nacional. Confiamos na tua competência, como chefe comandante

---

<sup>55</sup> Informação verbal disposta no vídeo *sos5*, conforme o quadro 1.

<sup>56</sup> Em algum momento das manifestações, foi colocado pelos golpistas que o Artigo 142 autoriza as Forças Armadas a arbitrar conflitos entre Poderes, o que foi desmentido pela própria Câmara dos Deputados. Ver: Câmara emite parecer esclarecendo que artigo 142 da Constituição não autoriza intervenção militar. Agência Câmara de Notícias, Brasília, 4 jun. 2020. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/667144-camara-emite-parecer-esclarecendo-que-artigo-142-da-constituicao-nao-autoriza-intervencao-militar/>. Acesso em 18 ago. 2023.

das Forças Armadas, para realizar o que for necessário para salvar a nossa ordem e liberdade. Nós, cidadãos brasileiros, autorizamos."

Como já mencionado anteriormente, dentro do Tiktok, é possível reutilizar áudio de outros vídeos que já foram publicados. Na nossa análise, encontramos duas das publicações com imagens e uma narração com a voz de Jair Bolsonaro. Pode ser um dos motivos, inclusive, para conseguir grande engajamento, se destacando entre as demais. É o caso das postagens *intervencao4* e *sos1*. São falas que servem como encorajadoras aos manifestantes, unindo ainda a uma trilha sonora esperançosa. *Sos1* ainda reforça o golpismo: "Qualquer imprevisto as Forças Armadas estão prontas para cumprir com seu dever de ajudar o próximo. Pelo povo e pelo seu país. O caminho é um só, é amar a sua pátria, é falar a verdade."

As *trilhas sonoras* também estão presentes em grande parte dos vídeos, ajudam a passar sensações e completar o sentido do material compartilhado. Para além disso, o Tiktok tem um grande apelo à questão musical, é através da plataforma que muitas músicas e artistas viralizam e ficam mais conhecidos. E é utilizando as canções em suas criações que usuários conseguem chegar em mais pessoas, com a ajuda dos sons viralizados. Sobre essa questão, Ronaldo Marques (2021), Head de Parcerias de Conteúdo do TikTok Brasil afirma:

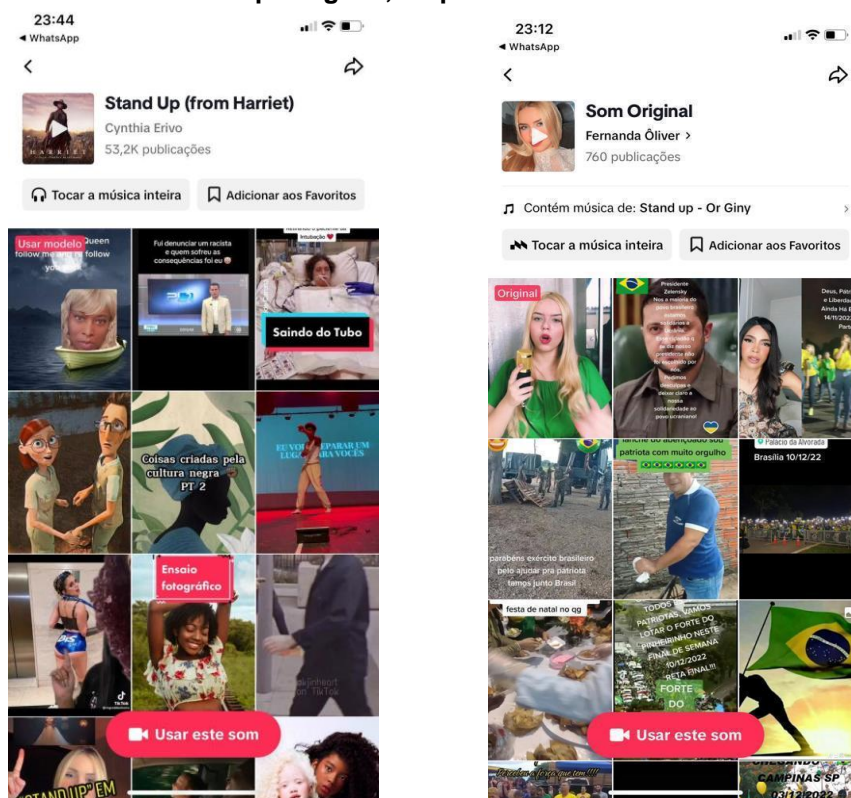
A música é uma parte fundamental do DNA criativo do TikTok, um grande condutor de tendências e viralização na plataforma, que tomam conta de toda a internet, ainda que não seja o único fator para isso. Elas geram publicações que atingem milhões de pessoas, conectando artistas e fãs, criando conversas e narrativas únicas que representam um momento social de unidade e participação.

Os manifestantes usaram a força das músicas dentro da plataforma a seu favor. São alguns títulos específicos que se repetem em diversas das publicações dos golpistas. A que identificamos com maior frequência é a canção *Stand Up* da artista Cynthia Erivo — presente nas publicações *sos6*, *sos8*, *supremo3*, *supremo5* (versão em português) e *supremo6* (versão em português). A canção foi composta para o filme *Harriet*, que conta a "[...] história de Harriet Tubman, ativista política que, durante a Guerra Civil norte-americana, ajudou centenas de escravos a fugirem do sul dos Estados Unidos, isso depois dela mesma conseguir escapar da escravidão em 1849" (Müller, 2019). Dessa forma, a música fala da luta do povo negro, fim da escravidão, da exploração e da desigualdade racial, em um tom empoderador, direcionado a essas pessoas. É uma canção poderosa, que se encaixa no cotidiano de vários grupos

minorizados, mas nada tem a ver com um movimento golpista, formado por manifestantes direitistas conservadores que, diversas vezes, são associados a temas como racismo, misoginia e LGBTfobia, assim como o próprio Jair Bolsonaro<sup>57</sup>.

Os golpistas ainda produziram uma versão em português da mesma canção de Cynthia Erivo, mudando versos e se apropriando da letra — supostamente, composta por Fernanda Ôliver. Por exemplo, os versos “Faço o que posso, quando posso, enquanto posso, pelo meu povo. Enquanto as nuvens se dispersam e as estrelas enchem a noite” foram substituídos por “Não vou desistir, me esconder, vou lutar com meu povo. E por Deus pela pátria, família eu vou Lutar”. A música original em inglês foi utilizada até o momento (em 30 de julho de 2023) mais de 52 mil vezes em vídeos no Tiktok, mas não temos como saber o quanto disso aconteceu nas manifestações brasileiras. Já a versão brasileira, foi usada em, ao menos, 760 vídeos.

**Figura 24 — Telas de utilização dos sons no Tiktok, música Stand Up original e a versão em português, respectivamente.**

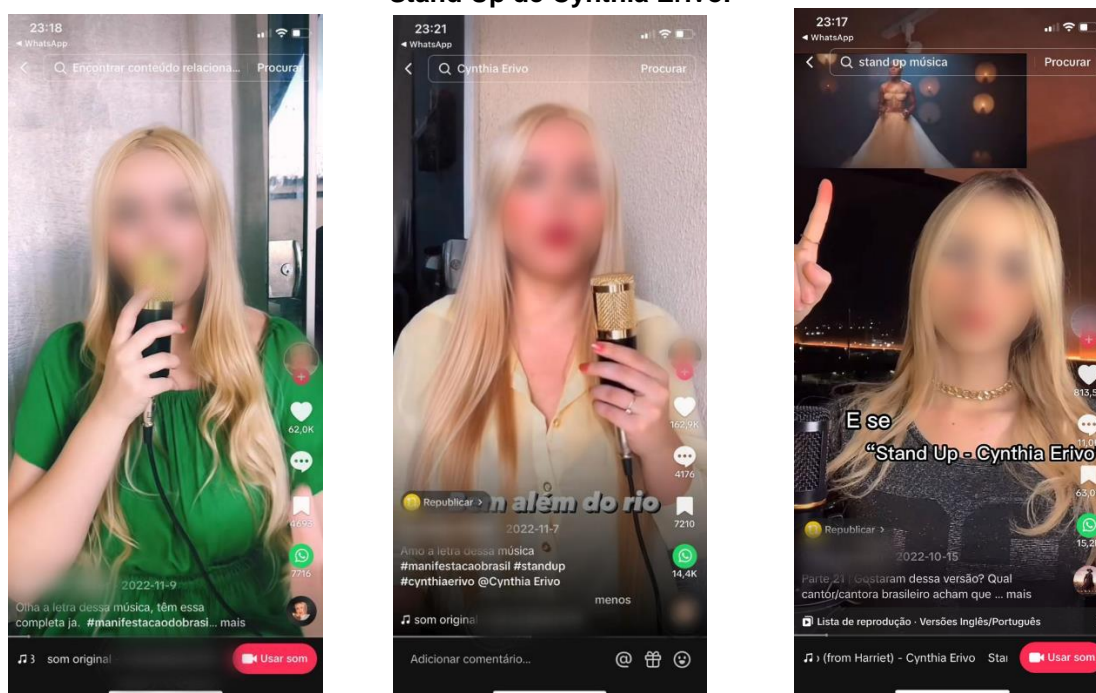


Fonte: Aplicativo Tiktok.

<sup>57</sup> A Folha de São Paulo elaborou um compilado de falas preconceituosas de Bolsonaro ao longo de sua carreira política, que atinge esses grupos citados no texto e outros. Ver: Bolsonaro acumula frases preconceituosas contra diferentes alvos; relembre. Folha de S. Paulo, [s.l.], 7 fev. 2022. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/02/bolsonaro-acumula-frases-preconceituosas-contra-diferentes-alvos-relembre.shtml>.

Além da tela oficial de utilização do som, encontramos outros três vídeos com alto engajamento de pessoas cantando a música — dois da suposta compositora e outro de uma usuária terceira. Juntos, eles somam mais de 11 milhões de visualizações, 1 milhão de curtidas, 11 mil comentários, 75 mil salvamentos e 40 mil compartilhamentos.

**Figura 25 — Vídeos populares publicados no Tiktok com a versão em português da música Stand Up de Cynthia Erivo.**



Fonte: Aplicativo Tiktok.

De fato, os manifestantes souberam utilizar o recurso de sons da plataforma, conseguiram a viralização de uma música e a tornaram trilha sonora das manifestações por todo o Brasil a despeito da canção original tratar de reivindicação totalmente diversa.

#### 4.5.3 Elementos visuais das publicações

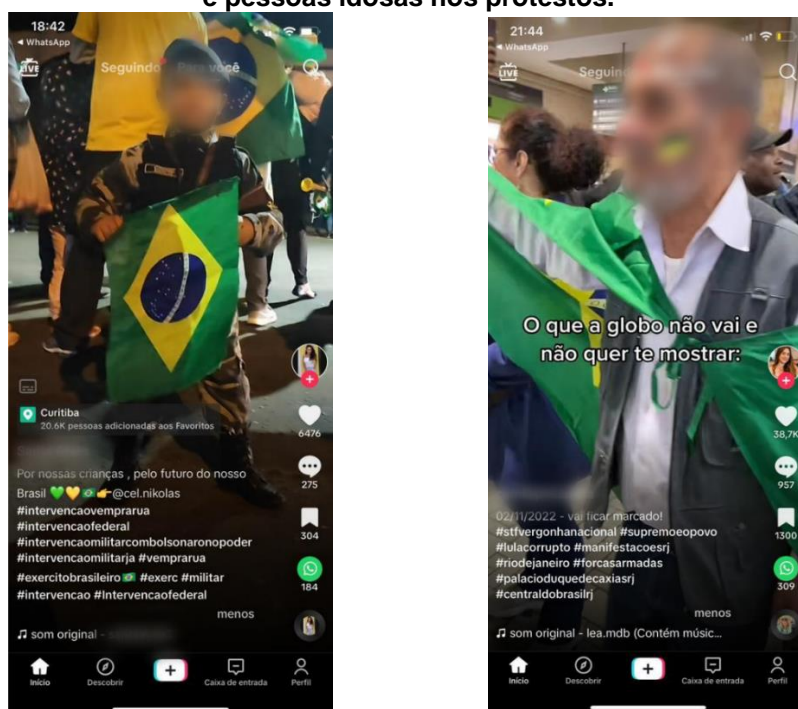
Tratando-se de aspectos visuais, os vídeos seguem padrões muito parecidos. São manifestações políticas em espaços públicos físicos que são retratados em ambiente virtual. Pessoas de todas as idades, presença de crianças, verde e amarelo,

bandeiras do país, vestimentas fazendo referência às Forças Armadas, mensagens em faixas e cartazes, gestos com apelo religioso.

A reivindicação por intervenção das Forças Armadas no processo político esteve presente desde o início das manifestações. Portanto, o grande pano de fundo para os atos retratados nos vídeos foram as frentes do Quartéis do Exército por todo o país. Quase todos os vídeos fazem referência ao Exército Brasileiro e, em boa parte deles, é algo visual que reforça isso, seja em um uniforme militar, os QGs, veículos oficiais que transitam em alguma via pública e os golpistas aproveitam para produzir seus materiais para o Tiktok e etc.

A presença de crianças e pessoas idosas nos vídeos é algo marcante. Crianças com fardas do Exército (postagem *intervencao2*), que carregam cartazes com frases imponentes (postagem *sos2*), eufóricos entre os demais manifestantes. Uma das *hashtags* presentes nas postagens é *#familia*, talvez tenha se tornado importante a eles ter presença de pessoas dessas faixas etárias, como se a “família” toda apoiasse as intenções do movimento.

**Figura 26 — Postagens *intervencao2* e *supremo3*, respectivamente, com presença de crianças e pessoas idosas nos protestos.**



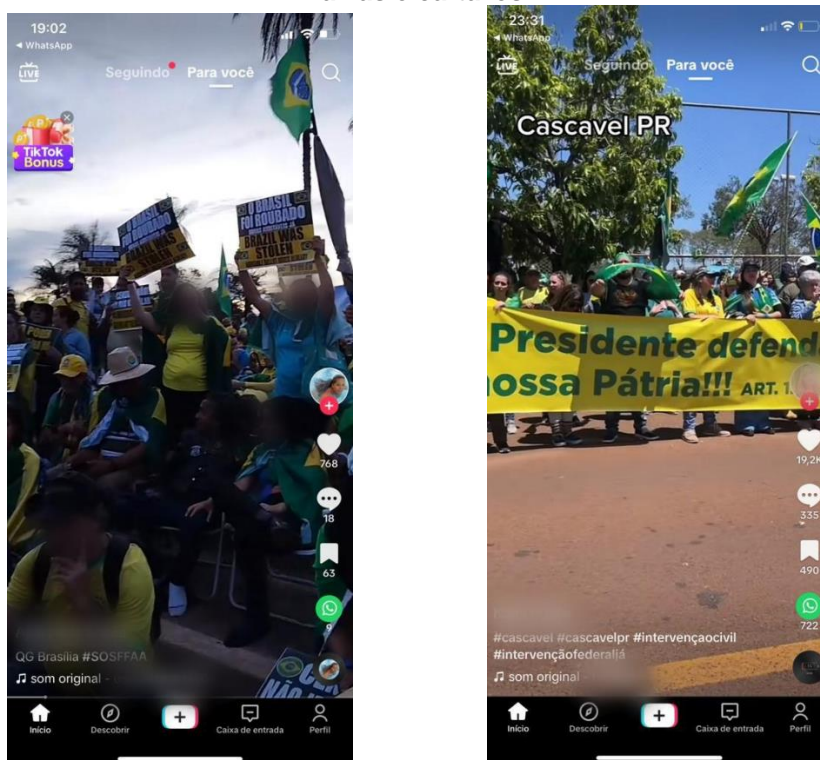
Fonte: Aplicativo Tiktok.

Um dos grandes símbolos que os manifestantes se apropriaram ao longo de todos os dias de protesto foi a bandeira do país, entretanto, não só a bandeira como

também as cores oficiais, verde, amarelo e azul. Essas cores tomaram conta das ruas, das vias públicas e das frentes dos quartéis. Um suposto patriotismo “conquistado” no governo Bolsonaro — vide seu *slogan* de campanha: “Brasil acima de tudo...” — permaneceu nas manifestações golpistas, mesmo após sua queda. Segundo Lillian Schwarcz (*apud* Balbi, 2020), ainda é comum em regimes populistas em geral, categoria na qual ela enquadra o governo Bolsonaro, que, ao elevarem a pátria, transformam adversários em inimigos. É nesse caminho que se seguiu após o resultado das eleições presidenciais de 2022, através de ataques políticos e compartilhamento de desinformação para derrubar o inimigo.

Faixas e cartazes ajudaram a compor os ambientes dos protestos. “Precisamos de intervenção federal”, “Presidente defenda nossa pátria!!! Art. 1.42/C.F”, “Pare por sua família enquanto há tempo”, “Mundo o Brasil pede socorro! A imprensa corrupta não quer mostrar a verdade para o mundo!”, “Censura não, não irão nos calar”, “Forças Armadas, o povo não quer governo comunista”, “queremos o código fonte”, são algumas das evocações presentes fisicamente nas mãos dos golpistas. Muitas são encontradas não só em português, mas em inglês, possivelmente, com a intenção de chamar a atenção de pessoas ou veículos de imprensa do exterior.

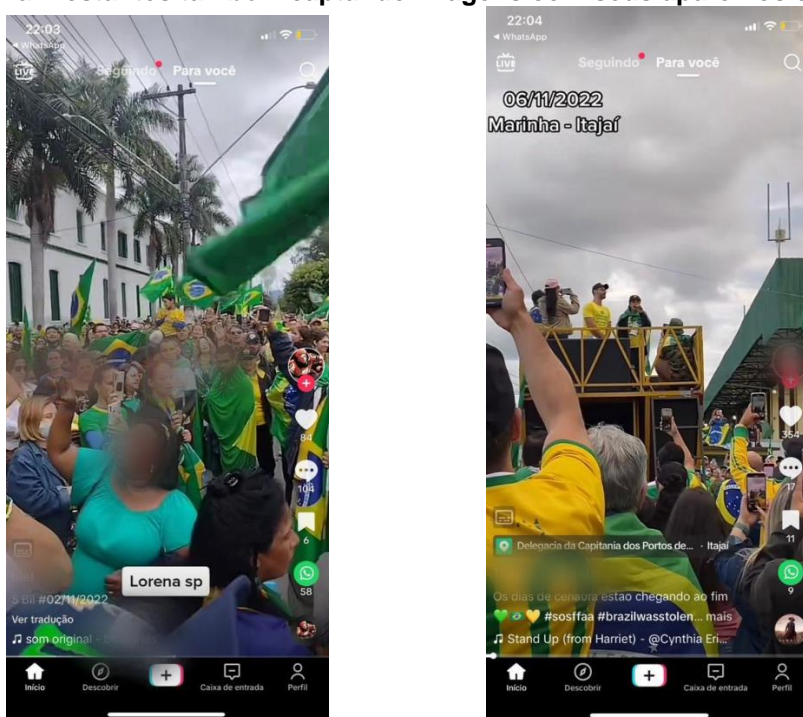
**Figura 27 — Postagens sos3 e intervencao43, respectivamente, como exemplo de vídeo com faixas e cartazes.**



Fonte: Aplicativo Tiktok.

Chama-nos a atenção, também, a quantidade de manifestantes que gravam, com seus aparelhos celulares, os acontecimentos. Vários outros vídeos estavam sendo produzidos no momento em que os analisados eram gravados, dezenas de outras câmeras estavam apontadas para as ações dos protestantes. E isso vem ao encontro do distanciamento com os veículos de imprensa, à medida que os manifestantes mesmos comunicavam os “fatos” ao país e ao mundo. Além disso, faz sentido quando olhamos para a quantidade de material publicado e as visualizações acumuladas no Tiktok sobre os temas da análise e os semelhantes.

**Figura 28 — Postagens supremo4 e sos6, respectivamente, como exemplo de vídeo com outros manifestantes também captando imagens com seus aparelhos celulares.**



Fonte: Aplicativo Tiktok.

Através de elementos sonoros, legendas e *hashtags* diversos assuntos foram abordados nos vídeos, informações que direta ou indiretamente estão relacionadas às manifestações antidemocráticas pós-eleição presidencial de 2022.

#### 4.6 DESINFORMAÇÃO E ATAQUE À DEMOCRACIA

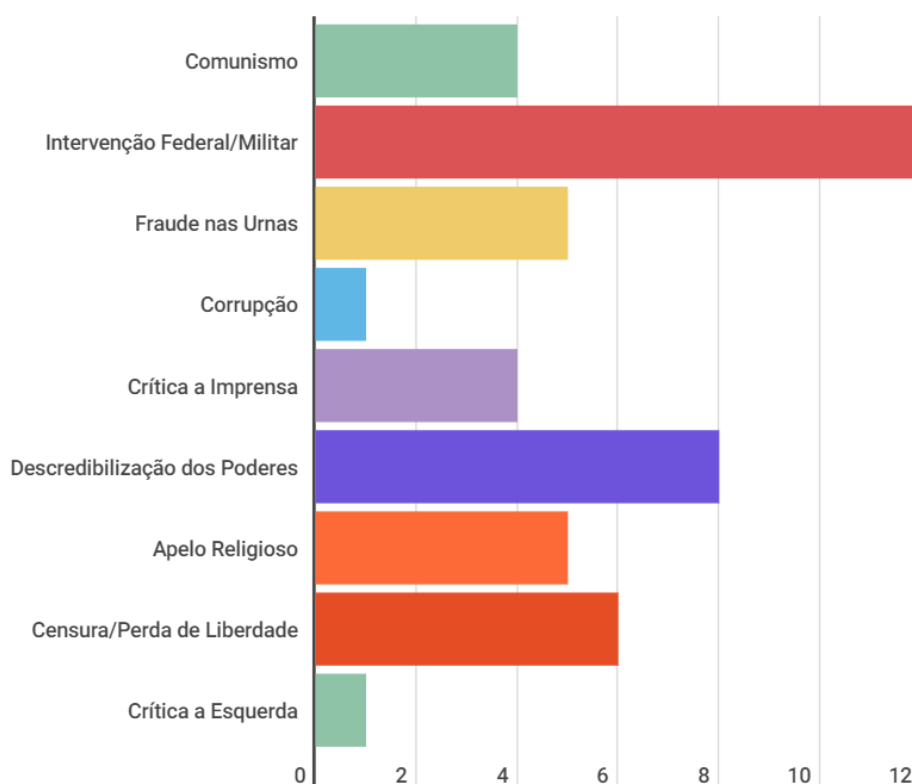
Diversos assuntos foram acionados ao longo das manifestações pós-eleição presidencial de 2022 e os mesmos temas estiveram presentes em produções dos



manifestantes em ambiente digital. Assim como conseguimos encontrar diversos ataques políticos, há também disseminação de desinformação nos vídeos compartilhados no Tiktok.

Como forma de facilitarmos a visualização dos assuntos abordados nas publicações, construímos o gráfico abaixo, que mostra a quantidade de vezes que cada um deles aparece entre todas as produções. Consequentemente, podemos observar os assuntos mais acionados pelos manifestantes nesses vídeos da plataforma.

**Figura 29 — Assuntos abordados pelos manifestantes nos vídeos analisados.**



Fonte: Produzido pelo autor no site <https://infogram.com/>.

No topo dos assuntos acionados está a militarização (que aparece, geralmente, como intervenção federal ou intervenção militar), presente em praticamente todos os vídeos, é o tema central das manifestações, o que torna nítido o teor antidemocrático dos atos. Tratava-se, evidentemente, de uma tentativa de golpe de Estado, como tentativa para acabar com o inimigo e mesmo que, para isso, fosse preciso acabar com a democracia. Assim como coloca Dahl (1997), quando os custos de tolerar um

“inimigo” aumentam, a tentação de reprimi-lo tende a crescer, o que pode levar à erosão da possibilidade da democracia.

Como já mencionado, ao longo do seu mandato, Jair Bolsonaro, por vezes, desmoralizou os poderes nacionais, principalmente o Superior Tribunal Federal. A opinião do regente do país influencia outros cidadãos e causa reflexos diretos na sociedade. Segundo pesquisa do Datafolha, de setembro de 2021, 35% da população brasileira considerava o trabalho dos Ministros do STF ruim ou péssimo (em julho do mesmo ano eram 33%) (Datafolha, 2021). Esse cenário foi replicado para o ambiente virtual, o que colocou o assunto “descrédibilização dos poderes” como um dos mais citados nos vídeos analisados e a *hashtag* #surpremoepovo como uma das postagens mais visualizadas no Tiktok.

O tema “fraude nas urnas” também esteve fortemente presente no Tiktok e, assim como o ataque aos Poderes, há interferência de Jair Bolsonaro. O assunto surgiu em questionamentos do ex-presidente em relação a credibilidade das urnas<sup>58</sup> em suas *lives* semanais em rede social. Conseqüentemente, seus apoiadores compararam a ideia, inclusive, revivendo o tema após sua derrota para Lula em 2022. Segundo o próprio Tribunal Superior Eleitoral não há indício de fraude em qualquer eleição brasileira, uma vez que o sistema cumpre uma série de requisitos de segurança e órgãos apolíticos e a sociedade acompanham o processo.

A urna eletrônica brasileira é um projeto maduro, que já completou 18 anos de existência. Nos últimos anos, a Justiça Eleitoral tem organizado eleições seguras, transparentes e muito rápidas, que têm servido de modelo e inspiração para todo o mundo. As eleições e as urnas brasileiras são seguras e confiáveis, seja pelo trabalho árduo da Justiça Eleitoral, seja pelo efetivo acompanhamento de todo o processo pela sociedade (Coimbra, [2021?]),

O tema censura e/ou perda de liberdade é frequentemente citado nos vídeos. Pelas datas das publicações, é possível atribuir como uma crítica a posicionamentos tomados pelo STF logo no começo das manifestações, mais precisamente a falas do Ministro Alexandre de Moraes. Em sessão no tribunal, no dia 3 de novembro de 2022, ele exclamou:

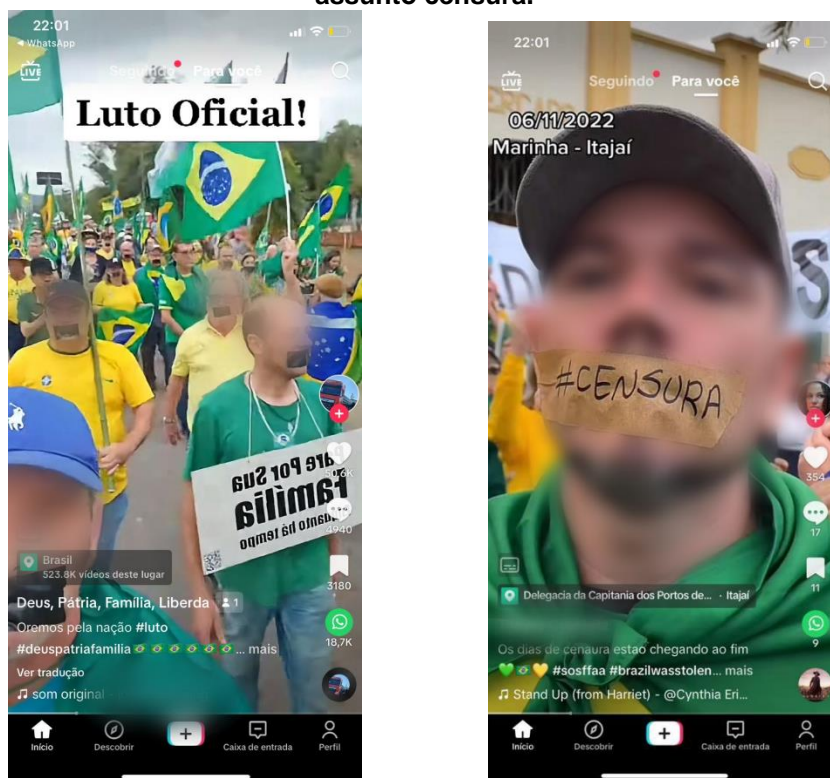
---

<sup>58</sup> Em suas *lives* semanais nas redes sociais, Jair Bolsonaro, questiona a confiança das urnas e incita possível fraude, mesmo sem provas. ANGELO, Tiago; FAGUNDES, Murilo. Sem provas, Bolsonaro fala sobre fraude nas urnas; especialistas analisam. Poder 360, [s.l.], 29 jul. 2021. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/governo/sem-provas-bolsonaro-fala-sobre-fraude-nas-urnas-especialistas-analisam/>

Os eleitores, em maioria massacrante, são democratas. Aceitaram democraticamente o resultado das eleições. Aqueles que criminosamente não estão aceitando, aqueles que criminosamente estão praticando atos antidemocráticos serão tratados como criminosos (Vargas, 2022),

Além disso, o Ministro, que esteve como presidente do TSE em 2022, teve um papel fundamental nas eleições presidenciais, o que garantiu que todos os ritos democráticos fossem cumpridos rigorosamente. Moraes “[...] endureceu punições a redes sociais para enfrentar as fake news” e, depois do segundo turno, “[...] ainda assinou decisões sigilosas do tribunal para derrubar perfis e grupos nas redes sociais que apoiavam atos golpistas nas estradas” (Vargas, 2022). Afinal de contas, como citado nos capítulos iniciais do trabalho, manifestar-se contra o processo democrático e/ou reivindicar intervenção das Forças Armadas nos demais poderes do Estado é crime. A partir disso, começaram a surgir intervenções relacionadas ao tema dentro dos protestos — dramatizações, cartazes, gritos de guerra e outras ações simbólicas. No dia 9 de janeiro, foi Moraes também quem deu ordem para acabar com os acampamentos, um dia após a invasão terrorista em Brasília.

**Figura 30 — Postagens sos2 e sos6, respectivamente, como exemplo de vídeo trabalhando o assunto censura.**



Fonte: Aplicativo Tiktok.

Aproximadamente um a cada quatro vídeos do corpus conta com apelo religioso, evidenciado em #deusacimadetudo, #deuspatriafamilia, #deus e etc. Nem só nas *hashtags* está presente, mas em todos os aspectos que analisamos aqui, incluindo discursos diretos de manifestantes, orações e outras representações cristãs. É patente a aproximação de indivíduos conservadores e adeptos à igreja junto a Bolsonaro, desde sua eleição e campanha eleitoral de 2018. A referência a Deus está no *slogan*, utilizado não só na campanha, mas depois de eleito para finalizar quase todas as suas falas públicas, diversas fotos posadas ao lado de pessoas religiosas conhecidas no país, ações de governo e cargos nas pastas para integrantes da igreja. A esse respeito, Pinheiro (2021) demonstra que Bolsonaro traz, para a arena pública, temas de interesse privado, a partir das novas tecnologias, de modo a transformar suas redes sociais pessoais em canais oficiais do governo. No caso da proximidade com as religiões cristãs, aproveita da importância do tema aos brasileiros — conforme dados apresentados na citação abaixo — para angariar novos ou fortalecer laços com apoiadores já conquistados

No Ministério das Comunicações estão os principais interesses econômicos de carismáticos católicos e (neo)pentecostais. Nas Relações Exteriores, uma coalizão sionista judaico-cristã reivindicou a transferência da embaixada brasileira para Jerusalém. A Educação foi conduzida por um pastor presbiteriano, e uma pastora batista chefiou o Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos, com destaque para o catolicismo Opus Dei na Secretaria Nacional da Família. Em suma, a atual gestão [governo Bolsonaro] adensou a sinergia entre religiosos conservadores, compatibilizou pautas, equacionou interesses econômicos e, sobretudo, consolidou uma face política: Messias Bolsonaro (De Almeida, 2022).

Em pesquisa divulgada pelo Datafolha, em 2 de setembro de 2022, constatou que, para 56% dos eleitores, religião e política precisam andar juntas em prol do país, e 60% consideram que é mais importante um candidato defender valores familiares do que ter boas propostas para a economia (Gielow, 2022). Podemos relacionar, inclusive, a questão de identificação e confiança, exposta por Roque e Bruno (2019), à proximidade com a religião, o que é uma característica em comum com grande parte dos eleitores. Além disso, torna notícias sobre o assunto extremamente compartilháveis entre pessoas que se identificam.

É a partir desses pontos e opiniões em comum que encontramos, nos vídeos sobre as manifestações no Tiktok, que um grande público se forma. Através da

comunicação, mobilizam-se em busca de um mesmo objetivo, definindo um padrão específico de relações sociais de interdependência, pelo qual estabelecem entre si um certo tipo de ligação (Tarde, 1989 [1901]).

As possibilidades de uso das novas tecnologias digitais também potencializam as oportunidades para a participação da sociedade nas questões públicas e políticas. Cada vez mais a troca comunicacional entre públicos independe da mediação da imprensa. No caso dos manifestantes, ainda há um afastamento proposital criado ao longo do mandato de Jair Bolsonaro com os veículos de comunicação. Por isso, eles mesmos construíram e compartilharam com o mundo seus conteúdos sobre os protestos antidemocráticos.

Constatamos nos vídeos a presença frequente de marcação de local, data e, por vezes, hora nas publicações, com a ideia de noticiar como estavam os protestos nas suas cidades. Em vários dos conteúdos, esse comportamento se repete, seja em legendas, lettering sobre as imagens ou até mesmo por fala, como a postagem supremo<sup>1</sup>. A era do modelo todos-todos na comunicação (LEMOS, 2007) proporcionado pelas novas tecnologias digitais, diferente do “emissor-receptor”, em que todos produzem informações para todos, pode gerar ganhos, mas também perdas para o processo político e a democracia.

O fluxo comunicacional atual propicia um volume enorme de informações disponíveis, o que dificulta uma checagem dos fatos. “[...] à medida que audiências não mais conseguem processar a quantidade de informação disponível, criam-se condições para a redução da qualidade do que é produzido” (MENDONÇA et al, 2023, p. 7). Dessa forma, um ambiente propício para compartilhamento de desinformação é gerado.

Identificamos, justamente, essa ocorrência no aplicativo Tiktok no pós-eleição presidencial de 2022. As manifestações antidemocráticas pós-eleição presidencial contaram com o inter-relacionamento dos públicos via redes sociais - também o Tiktok - e, até mesmo, com uma cobertura colaborativa. Mas grande parte das informações compartilhadas não eram verídicas ou estavam distorcidas, mesmo assim foram replicadas centenas e milhares de vezes.

Além disso, entendemos, a partir de Mendonça et al (2023), que desinformação é parte do repertório de confronto político contemporâneo. Então, nem toda informação falsa é compartilhada ingenuamente, por vezes, há a intenção de atacar o

adversário político. Tido por alguns como um verdadeiro inimigo, até mesmo mentir é válido para tentar derrubá-lo. Mas claro, os mal intencionados não são suficientes para tornar uma desinformação relevante, é preciso outros indivíduos para ajudar na disseminação.

O uso da desinformação como estratégia de confronto depende da criação de um ambiente favorável para disseminação de fake news. A estratégia só se faz possível quando pessoas de uma determinada visão política são capazes de compartilhar coisas completamente inverossímeis. É necessário que seja aceitável o repasse de informações duvidosas, cuja utilidade está não em sua força epistêmica substantiva, mas na sua utilidade em promover defesas e ataques (MENDONÇA et al, 2023, p. 16).

O ambiente digital oportunizado pelo Tiktok é propício para isso. Além do volume de informação que, naturalmente, facilita esse sistema, ainda há a presença de um algoritmo potente que faz os usuários ficarem presos em um círculo vicioso com os mesmos tipos de conteúdos, que se relacionam direta ou indiretamente e propagam desinformações.

O compartilhamento de interesses promovido pelo algoritmo explica a causa de conteúdos terem tantas interações, uma vez que o que está sendo visto é exatamente o que agrada o usuário. Assim, muitas visualizações, curtidas, comentários, compartilhamentos e salvamentos são gerados nos vídeos, satisfazendo o criador e cumprindo o objetivo de ataque político da desinformação. “[...] gratificação instantânea associada ao compartilhamento online de textos, a vinculação a algo maior do que o próprio usuário e as reações dos amigos virtuais, sobretudo em meio às bolhas, encorajam a propagação de fake news” (MENDONÇA et al, 2023, p. 7).

Mesmo com quase 75 mil vídeos apagados proativamente pelo próprio Tiktok durante as manifestações (GALLO, 2023), ainda conseguimos encontrar desinformação e, conseqüentemente, ataques políticos disponíveis no aplicativo. Dos 24 vídeos analisados, ao menos 15 deles possuem alguma informação falsa ou distorcida seja no discurso falado, em cartazes e faixas, em legendas e letterings. Fora isso, a partir da análise, conseguimos perceber que todos os vídeos contêm material antidemocrático, de forma que constituem-se em ataques à democracia brasileira.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A democracia brasileira é jovem e extremamente importante para o país e para a garantia dos direitos da sociedade. No sistema de legitimidade da democracia, ela não deve ser contestada porque o resultado de uma eleição não agradou uma parte da sociedade, a decisão da maioria dos votantes precisa ser respeitada. E é através da comunicação que ocorre a participação social no processo político e, conseqüentemente, a manutenção da democracia. Pode-se dizer que a comunicação pública atua como tradutora da democracia (Weber, 2017), tendo a transparência em relação à agenda pública e a participação como os pilares principais.

Com o crescimento da internet e o surgimento das redes sociais, a comunicação ganha novos espaços de interação, inclusive com o Estado, que disponibiliza dados públicos para as pessoas, para que ela se torne descentralizada, em que todos produzem informações para todos, de forma contínua e menos dependente da mediação da imprensa (Gomes, 2016). Assim, permite que a esfera civil também crie condições necessárias para influenciar outros e até mesmo para que decisões relevantes sejam tomadas com base nisso.

Não é mais necessário um espaço físico para o debate, atualmente, a arena pública também é digital. E os públicos, em prol de objetivos e interesses semelhantes, que geram significados partilháveis entre si e constroem uma forma de sociabilidade, agora se unem, se comunicam e se manifestam no ciberespaço. Assim como temos vivenciado a plataformação — (re)organização das práticas culturais e imaginações em torno de plataformas (Poell; Nieborg; Van Dijck, 2020, p. 6) — do trabalho, do entretenimento, do consumo, a opinião pública também vem passando por esse processo.

Através da etapa de pesquisa documental deste TCC, pudemos notar o crescimento da participação de políticos e de eleitores que defendem seus posicionamentos em redes sociais, recentemente, mais forte no Tiktok. A plataforma se tornou uma grande arena de discussão pública, não só durante o processo eleitoral, como depois permaneceu. As manifestações contra o resultado legítimo das eleições presidenciais de 2022 ocuparam as ruas e as frentes dos Quartéis Gerais do Exército Brasileiro pelo país, mas também estiveram presentes nas telas dos smartphones da população. Somente nas *hashtags* escolhidas para serem analisadas

no trabalho — #intervencãofederal, #sosffaa e #supremoeopovo — foram contabilizadas mais de 236 milhões de visualizações em conteúdos publicados pelos usuários.

Dentro desses temas, escolhemos oito publicações em cada um deles para serem analisadas detalhadamente. Todas se tratam de manifestantes em ambiente de rua, atuando como “blogueiros de rua” (Malini; Antoun, 2013, p. 222), que, juntos, geraram uma cobertura colaborativa, que atua com o objetivo de produzir uma opinião pública que ultrapasse o consenso estabelecido pela imprensa (Malini; Antoun, 2013, p. 245). Isto é, pessoas comuns produzindo informação para pessoas comuns, que aumentam a identificação e, logo, geram mais interações nas postagens — curtidas, comentários, compartilhamento e salvamentos.

Entretanto, nosso propósito aqui não era nos debruçarmos sobre os números alcançados pelos conteúdos, mas entender qualitativamente esses materiais, quais as características das publicações dos usuários da plataforma Tiktok em apoio às manifestações contra o resultado das eleições presidenciais brasileiras de 2022. Assim, conforme nosso objetivo geral de pesquisa, identificamo-los e os analisamos, a partir do seus formatos e conteúdos imagético e textual, interpretados a partir dos conceitos teóricos reunidos, neste TCC, a partir de revisão bibliográfica.

Para isso, (a) identificamos a presença de conteúdos de apoio e promoção das manifestações contra o resultado das eleições presidenciais brasileiras de 2022 no Tiktok; (b) descrevemos os aspectos de formato, conteúdo textual e visual que caracterizam os vídeos publicados no Tiktok pelos manifestantes; e (c) analisamos o acionamento de desinformação nos conteúdos veiculados pelos manifestantes.

Dentro do quesito formato, encontramos vídeos com uma pós-produção maior, com edições mais elaboradas, adição de narração, trilha sonora, junção de imagens, agrupamento de vários vídeos ou fotos; e outros mais crus, em tom de *live*, possivelmente, captados no momento e compartilhados na rede sem grandes edições ou pós-produção.

Praticamente todas as publicações são compostas por diversas *hashtags*, marcações de outros perfis ou, simplesmente, a localização da manifestação em questão. *Hashtags* e marcações de outros perfis, certamente, foram utilizadas com o intuito de alcançar mais pessoas interessadas pelos temas e a informação de localização presente como uma atualização dos acontecimentos nos locais em



questão, em tom de notícia. Algumas das *hashtags* mais frequentes são (sem contar as selecionadas para o trabalho): #exercitobrasileiroBR, #brazilwastolen, #bolsonaro, #bolsonaro2022, #direita, #conservadores, #direitaconservadora, #patriotas, #deus, #família, #pátria, #liberdade, #lulaladrão, #stfvergonhanacional, #foracomunismo, #brasilacimadetudo.

Analisando os materiais sonoramente, encontramos informações pertinentes em gritos de guerra, narrações e trilhas sonoras. Falas como “a nossa bandeira jamais será vermelha”, “Forças Armadas salvem o Brasil”, “Eu autorizo. Eu autorizo. 142. 142”, “A luz de Deus jamais será vencida”. Em grande parte das vezes, são frases soltas ou informações distorcidas — e até mesmo músicas apropriadas, que têm seu objetivo desvirtuado —, o que perpetua o compartilhamento de desinformação. Através disso, fica evidente a ação golpista dos manifestantes em atentar contra a democracia brasileira, não estando presente só nas *hashtags*, legendas e *letterings*, mas também nas próprias falas.

O que encontramos visualmente segue a mesma perspectiva. Frequentemente, há a presença de cartazes e faixas reforçando tanto o objetivo antidemocrático do movimento como o uso de desinformação para nutrir os manifestantes. “Precisamos de intervenção federal”, “Presidente defenda nossa pátria!!! Art. 1.42/C.F”, “Mundo o Brasil pede socorro! A imprensa corrupta não quer mostrar a verdade para o mundo!”, “Censura não, não irão nos calar”, “Forças Armadas, o povo não quer governo comunista”, “queremos o código fonte”, são algumas das evocações nas mãos dos golpistas.

Observando todos os aspectos analisados, pudemos elencar uma série de assuntos acionados, muitos deles ligados, direta ou indiretamente, à ação golpista ou à desinformação como: intervenção federal/militar, descredibilização dos poderes, censura/perda de liberdade, apelo religioso, fraude nas urnas. Conseguimos relacionar muitos desses posicionamentos a Jair Bolsonaro e ao seu governo, com base em falas, em posicionamentos e em comportamentos dos ex-presidente e de seus aliados.

O fluxo comunicacional atual propicia um volume enorme de informações disponíveis, o que dificulta uma checagem dos fatos. Ou seja, “[...] à medida que audiências não mais conseguem processar a quantidade de informação disponível, criam-se condições para a redução da qualidade do que é produzido” (Mendonça *et*

*al.*, 2023, p. 7). Identificamos, justamente, essa ocorrência no aplicativo Tiktok no pós-eleição presidencial de 2022, grande parte das informações compartilhadas não eram verídicas ou estavam distorcidas, mesmo assim foram replicadas centenas e milhares de vezes. Pelas características da própria plataforma, principalmente pelo apelo à viralidade, através do incentivo ao engajamento e construção de conteúdos, o Tiktok pode se configurar como uma mídia social que facilita a propagação de desinformação (Alonso-López *et al.*, 2021 *apud* Chagas; Stefano, 2022, p. 13).

A análise de conteúdo do *corpus* de pesquisa evidenciou aspectos que corroboram a mobilização de públicos e o compartilhamento de desinformações nas redes sociais, em específico, no o Tiktok. Dessa forma, o presente estudo endossa empiricamente a produção teórica recente da área de comunicação política em que a desinformação pode ser acionada como repertório contemporâneo de confronto político (Mendonça *et al.* 2023, p. 23), o que, no caso das manifestações, aqui estudadas, voltou contra a própria democracia brasileira.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

8 de janeiro: O que se sabe sobre os ataques golpistas em Brasília após um mês da invasão. **Estadão**, [S. l.], p. s/n, 8 fev. 2023. Disponível em:

<https://www.estadao.com.br/politica/8-janeiro-mes-ataques-golpistas-invasao-brasilia-o-que-se-sabe/>. Acesso em: 20 maio 2023.

AGÊNCIA ESTADO. Bolsonaro: "Peço a Deus que brasileiros não experimentem dores do comunismo". **Correio Braziliense**, [s.l.], 16 jul. 2022. Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/politica/2022/07/5022694-bolsonaro-peco-a-deus-que-brasileiros-nao-experimentem-dores-do-comunismo.htm>. Acesso em 18 ago. 2023.

AGÊNCIA SENADO. Intervenção federal na segurança pública do DF vai a promulgação. **Senado Notícias**, Brasília, 10 jan. 2023. <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2023/01/10/intervencao-federal-na-seguranca-publica-do-df-vai-a-promulgacao>. Acesso em 18 ago. 2023.

ANÁLISE da conjuntura política. **Assembleia Legislativa de Minas Gerais**, [s.l.], 6 jul. 2020. Disponível em: <https://www.almg.gov.br/comunicacao/tv-assembleia/videos/video?id=1520195&tagLocalizacao=88>. Acesso em 18 ago. 2023.

ANGELO, Tiago; FAGUNDES, Murilo. Sem provas, Bolsonaro fala sobre fraude nas urnas; especialistas analisam. **Poder 360**, [s.l.], 29 jul. 2021. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/governo/sem-provas-bolsonaro-fala-sobre-fraude-nas-urnas-especialistas-analisam/>. Acesso em 18 ago. 2023.

APÓS reprovação recorde, Temer encerra governo com rejeição em queda, mostra Datafolha. **Folha de São Paulo**, [S. l.], p. s/n, 27 dez. 2018. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/12/apos-reprovacao-recorde-temer-encerra-governo-com-rejeicao-em-queda.shtml>. Acesso em: 29 abr. 2023.

APURAÇÃO de votos e resultado das Eleições 2018. [S. l.]: **UOL**, 2018. Disponível em: <https://placar.eleicoes.uol.com.br/2018/2turno/>. Acesso em: 27 dez. 2022.

ARREGUY, Juliana; MUTCHNIK, Letícia. Kwai e TikTok chegam às eleições com poder viral e campanhas fora de época ... - Veja mais em <https://www.uol.com.br/eleicoes/2022/07/10/kwai-tiktok-videos-eleicoes-presidenciais-2022.htm?cmpid=copiaecola>. **UOL Eleições**, [S. l.], p. s/n, 10 jul. 2022. Disponível em: <https://www.uol.com.br/eleicoes/2022/07/10/kwai-tiktok-videos-eleicoes-presidenciais-2022.htm>. Acesso em: 27 nov. 2022.

ASSEMBLEIA DE MINAS GERAIS. **O cientista político Emerson Cervi faz uma análise da conjuntura política brasileira**. Canal: Assembleia de Minas Gerais. Youtube, 06 jul. 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=3Hwq8EPnpXA>. Acesso em: 20 mai. 2023.

BABO, Isabel. O acontecimento e os seus públicos. **Comunicação e Sociedade**, v. 23, 2013. p. 218 –235. Disponível em:

<https://revistacomsoc.pt/index.php/revistacomsoc/article/view/985/965>. Acesso em: 25 jun. 2023.

BALBI, Clara. Entenda como a bandeira do Brasil virou símbolo dos apoiadores de Bolsonaro. **Folha de S. Paulo**, [s.l.], 16 maio 2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2020/05/entenda-como-a-bandeira-do-brasil-virou-simbolo-dos-apoiadores-de-bolsonaro.shtml>. Acesso em 18 ago. 2023.

BAPTISTA, Érica Anita; HAUBER, Gabriella; ORLANDINI, Maiara Garcia. Despolitização e populismo: as estratégias discursivas de Trump e Bolsonaro. **Media&Jornalismo**, v. 22, n. 40, p. 105-119, 2022. DOI: [https://doi.org/10.14195/2183-5462\\_40\\_5](https://doi.org/10.14195/2183-5462_40_5)

BAPTISTA, Rodrigo. Redes sociais influenciam voto de 45% da população, indica pesquisa do DataSenado. **Agência Senado**, [S. l.], 12 dez. 2019. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2019/12/12/redes-sociais-influenciam-voto-de-45-da-populacao-indica-pesquisa-do-datasenado>. Acesso em: 2 jul. 2023.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BAUER, Martin W.; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**: um manual prático. Editora Vozes Limitada, 2017.

BOBBIO, Norberto. **Estado, governo e sociedade**: para uma teoria geral da política. São Paulo: Paz e Terra, 6ª edição, 1997.

BOBBIO, N. **Estado, governo, sociedade**: para uma teoria geral da política. São Paulo: Paz e Terra, 2012.

BOITO JR., Armando. Os atores e o enredo da crise política. *In*: JINKINS, Ivana; DORIA, Kim; CLETO, Murilo. **Por que gritamos golpe?** Para entender o impeachment e a crise política no Brasil. [s. l.] : [s. n.], 2016. p. 23-27.

BOLSONARO acumula frases preconceituosas contra diferentes alvos; relembre. **Folha de S. Paulo**, [s.l.], 7 fev. 2022. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/02/bolsonaro-acumula-frases-preconceituosas-contra-diferentes-alvos-relembre.shtml>. Acesso em 18 ago. 2023.

BOLSONARO chama Lula de “chefe de organização criminosa”. **Poder 360**, [s.l.], 20 out. 2022. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/eleicoes/bolsonaro-chama-lula-de-chefe-de-organizacao-criminosa/>. Acesso em 18 ago. 2023.

BOLSONARO volta chamar Lula de 'ladrão' e diz que petista não foi absolvido. **Estado de Minas Política**, [s.l.], 6 out. 2022. Disponível em: [https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2022/10/06/interna\\_politica,1403736/bolsonaro-volta-chamar-lula-de-ladrao-e-diz-que-petista-nao-foi-absolvido.shtml](https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2022/10/06/interna_politica,1403736/bolsonaro-volta-chamar-lula-de-ladrao-e-diz-que-petista-nao-foi-absolvido.shtml). Acesso em 18 ago. 2023.

BRAGA, José Luiz. Interação como contexto da comunicação. **Matrizes**, São Paulo, ano 6, n. 1, p. 25-41, 2012. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/48048/51802>. Acesso em: 6 ago. 2023.

BRAGA, Ruy. O fim do lulismo. *In*: JINKINS, Ivana; DORIA, Kim; CLETO, Murilo. **Por que gritamos golpe**: Para entender o impeachment e a crise política no Brasil. [S. l.]: [s. n.], 2016. p. 49-53.

CÂMARA emite parecer esclarecendo que artigo 142 da Constituição não autoriza intervenção militar. **Agência Câmara de Notícias**, Brasília, 4 jun. 2020. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/667144-camara-emite-parecer-esclarecendo-que-artigo-142-da-constituicao-nao-autoriza-intervencao-militar/>. Acesso em 18 ago. 2023.

CARNIELLI, F. Z. **Comunicação pública e comunicação cínica na trama acontecimental das tragédias de Mariana e Brumadinho**. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) — UFRGS, FABICO. Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Porto Alegre, 2021.

CARTA CAPITAL. Bolsonaristas protestam no Alvorada no dia da diplomação de Lula; Bolsonaro não participa. **Carta Capital**, [s. l.], 12 de. 2022. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/politica/bolsonaristas-protestam-no-alvorada-no-dia-da-diplomacao-de-lula-bolsonaro-nao-participa/>. Acesso em 18 ago. 2023.

CASAGRANDE, Erich. Principais estatísticas do TikTok: dados sobre usuários, crescimento e mais em 2022. **Semrush Blog**, [s. l.], 28 nov. 2022. Disponível em: <https://pt.semrush.com/blog/estatisticas-tiktok/>. Acesso em: 22 jul. 2023.

Caso Lava Jato: Entenda o Caso. **Ministério Público Federal**, [s. l.], [20-?]. Disponível em: <https://www.mpf.mp.br/grandes-casos/lava-jato/entenda-o-caso>. Acesso em: 17 dez. 2022.

CASTELLS, Manuel. **Redes de Indignação e Esperança**: Movimentos sociais na era da Internet. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CASTRO, Simião. Os fundamentalistas estão destruindo a família tradicional. **Medium**, [s. l.], 16 jul. 2015. Disponível em: <https://medium.com/@simiaocastro/os-fundamentalistas-est%C3%A3o-destruindo-a-fam%C3%ADlia-tradicional-dbca2536b0bd>. Acesso em 18 ago. 2023.

CATUCCI, Anaísa; LARA, Lorena; DE OLIVEIRA, Luciana. As quatro maneiras de ganhar dinheiro no TikTok. **G1**, [s. l.], p. s/n, 3 jul. 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/empreendedorismo/noticia/2023/07/03/as-quatro-maneiras-de-ganhar-dinheiro-no-tiktok.ghtml>. Acesso em: 5 ago. 2023.

CHAGAS, V.; STEFANO, L. **TikTok e polarização política no Brasil**. Niterói: coLAB/UFF, 2022. 66 p. (Série DDoS Lab). Doi: 10.56465/ddoslab.2022.001.

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à teoria geral da administração**. Rio de Janeiro: Campus, 2004.

CIOCCARI, Deysi; PERSICHETTI, Simonetta. Armas, ódio, medo e espetáculo em Jair Bolsonaro. **Revista Alterjor**, São Paulo, ano 09, v. 2, ed. 18, p. 201-214, 6 jul. 2018. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/alterjor/article/view/144688/141608>. Acesso em: 14 jan. 2023.

CLETO, Murilo. O triunfo da antipolítica. *In*: JINKINS, Ivana; DORIA, Kim; CLETO, Murilo. **Por que gritamos golpe?** Para entender o impeachment e a crise política no Brasil. [s. l.]: [s. n.], 2016. p. 38-42.

CNN. Arma é garantia para preservar a democracia, não “interessam os meios usados”, diz Bolsonaro. **CNN Brasil**, [s.l.], 17 meio 2022a. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/arma-e-garantia-para-preservar-a-democracia-nao-interessam-os-meios-usados-diz-bolsonaro>. Acesso em: 14 de janeiro de 2023.

CNN. Bolsonaro critica STF e diz que surgiu “classe de ladrão” de liberdade. **CNN Brasil**, [s.l.], 3 jun. 2022b. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/bolsonaro-critica-stf-e-diz-que-surgiu-classe-de-ladrao-de-liberdade/>. Acesso em 18 ago. 2023.

CONFIANÇA nos partidos políticos. **Instituto da Democracia e da Democratização da Comunicação**, [s. l.], [2018?]. Disponível em: <https://www.institutodademocracia.org/single-post/confiancanospartidospoliticos>. Acesso em: 17 dez. 2022.

COIMBRA, Rodrigo Carneiro Munhoz. Por que a urna eletrônica é segura. **Tribunal Superior Eleitoral**, [s. l.], [2021?]. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/institucional/escola-judiciaria-eleitoral/publicacoes/revistas-da-eje/artigos/revista-eletronica-eje-n.-6-ano-4/por-que-a-urna-eletronica-e-segura>. Acesso em: 3 ago. 2023.

COELHO, Gabriela. Ministro do TSE suspende vídeo de Bolsonaro que chama Lula de corrupto e ladrão. **CNN Brasil**, Brasília, 12 out. 2022. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/ministro-do-tse-suspende-video-de-bolsonaro-que-chama-lula-de-corrupto-e-ladrao/>. Acesso em 18 ago. 2023.

DAHL, Robert. **Poliarquia**: Participação e Oposição. São Paulo: EDUSP, 1997.

DATAFOLHA: 25% dos brasileiros aprovam atuação do STF. **CNN Brasil**, [s. l.], p. s/n, 25 set. 2021. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/datafolha-25-dos-brasileiros-aprovam-atuacao-do-stf/>. Acesso em: 3 ago. 2023.

DATAFOLHA: Lula tem 47%; Bolsonaro, 32%; Ciro, 7%; Tebet, 2%. **G1**, [s. l.], p. s/n, 18 ago. 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2022/pesquisa-eleitoral/noticia/2022/08/18/datafolha-lula-tem-47percent-e-bolsonaro-tem-32percent.ghtml>. Acesso em: 26 dez. 2022.

DEAN, Brian. Principais estatísticas do TikTok: dados sobre usuários, crescimento e mais em 2022. **Senrush Blog**, [s. l.], 28 nov. 2022. Disponível em: <https://pt.semrush.com/blog/estatisticas-tiktok/>. Acesso em: 10 mar. 2023.

DE ALMEIDA, Ronaldo. A fé e o governo Bolsonaro. **Folha de São Paulo**, [s. l.], 26 out. 2022. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/opiniaao/2022/10/a-fe-e-o-governo-bolsonaro.shtml>. Acesso em: 6 ago. 2023.

DE HOLANDA, Adriane Figueirola Buarque. Internet como fórum democrático para formação da opinião pública. *In*: WEBER, Maria Helena; COELHO, Marja Pfeifer;

DIAS, Gabriel. 'Deus, Pátria, Família': de onde veio o lema fascista usado por Bolsonaro? **Uol**, [s.l.], 29 ago. 2022. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/eleicoes/2022/08/29/deus-patria-familia-lema-de-bolsonaro-tem-origem-fascista-entenda.html>. Acesso em 18 ago. 2023.

LOCATELLI, Carlos (org.). **Comunicação Pública e Política: Pesquisa e Práticas**. Florianópolis: Insular, 2017. p. 349-364.

É falso que Alexandre de Moraes tenha sido alvo de um mandado de prisão em flagrante. **Estadão**, [s. l.], 7 nov. 2022. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/estadao-verifica/e-falso-que-alexandre-de-moraes-tenha-sido-alvo-de-um-mandado-de-prisao-em-flagrante/>. Acesso em: 26 dez. 2022.

EL ESTADO de Social Media 2022 en América Latina. **comscore**, [s.l.], 16 mar. 2022. Disponível em: <https://www.comscore.com/lat/Insights/Presentations-and-Whitepapers/2022/El-Estado-de-Social-Media-2022-en-America-Latina>. Acesso em 18 ago. 2023.

ENFRENTAMENTO à Desinformação: notícias falsas podem influenciar as escolhas dos eleitores. **Tribunal Superior Eleitoral**, [s. l.], 19 jun. 2022. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2019/Setembro/enfrentamento-a-desinformacao-noticias-falsas-podem-influenciar-as-escolhas-dos-eleitores#:~:text=%E2%80%9CA%20decis%C3%A3o%20de%20voto%20feito,a%20isura%20do%20processo%20eleitoral>. Acesso em: 12 ago. 2023.

ESPERIDIÃO, Maria; NEIVA, Paula; SINDERSKI, Rafaela. Abraji registra 37 ataques à imprensa após o segundo turno. **Abraji**, [s. l.], 4 nov. 2022. Disponível em: <https://abraji.org.br/noticias/abraji-registra-37-ataques-a-imprensa-apos-o-segundo-turno>. Acesso em: 26 dez. 2022.

ESTEVEES, João Pissarra. **Sociologia da Comunicação**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2011. p. 145-164.

ESTEVEES, João Pissarra. Públicos e comunicação: breves apontamentos sobre novos capítulos de uma aprendizagem recíproca. *In*: FRANÇA, Vera Veiga; SIMÕES, Paula (org.). **O modelo praxiológico e os desafios da pesquisa em comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2018. p. 141-159.

FACEBOOK e Instagram são as redes sociais das campanhas eleitorais dos deputados. **Convergência Digital**, [s. l.], p. s/n, 30 ago. 2022. Disponível em: <https://www.convergenciadigital.com.br/Internet/Facebook-e-Instagram-sao-as-redes-sociais-das-campanhas-eleitorais-dos-deputados-61298.html>. Acesso em: 27 nov. 2022.

FAKE news sobre eleições geram mais engajamento que notícias legítimas. **CNN Brasil**, [s. l.], p. s/n, 12 nov. 2020. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/fake-news-sobre-eleicoes-geram-mais-engajamento-que-noticias-legitimas/>. Acesso em: 16 jul. 2023.

FALBO, Luciano. Radicalismo da extrema-direita no Brasil vai depender do desempenho de Lula no governo. **Agência da Amazônia**, Manaus, 12 dez. 2022.

Disponível em: <https://aamazonia.com.br/radicalismo-da-extrema-direita-no-brasil-vai-depender-do-desempenho-de-lula-no-governo/>. Acesso em 18 ago. 2023.

FERNANDES, Augusto. Invasão em Brasília completa um mês; prejuízo chegou a R\$ 21 milhões, e 1,4 mil foram presos. **R7**, Brasília, 8 fev. 2023. Disponível em: <https://noticias.r7.com/brasil/invasao-em-brasil-completa-um-mes-prejuizo-chegou-a-r-21-milhoes-e-14-mil-foram-presos-08022023>. Acesso em 18 ago. 2023.

FOLHAPRESS. 'Brasil acima de tudo': conheça a origem do slogan de Bolsonaro. **Gazeta do Povo**, [s.l.], 24 out. 2018. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/politica/republica/eleicoes-2018/brasil-acima-de-tudo-conheca-a-origem-do-slogan-de-bolsonaro-7r6utek3uk1axzyruk1fj9nas/>. Acesso em 18 ago. 2023.

FREITAS, Christiana Soares de. Mecanismos de dominação simbólica nas redes de participação política digital. In: SILVA, Silvano Pereira da; BRAGATTO, Rachel Callai; SAMPAIO, Rafael Cardoso (org.). **Democracia digital, comunicação política e redes**. Rio de Janeiro: Folio Digital: Letra e Imagem, 2016. p. 39-762.

G1 DF. Lista de presos por ataques terroristas em Brasília tem mais de 1,3 mil nomes. **G1**, Brasília-DF, 13 jan. 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/df/distrito-federal/noticia/2023/01/13/lista-de-presos-por-ataques-terroristas-em-brasil-tem-mais-de-13-mil-nomes-veja.ghtml>. Acesso em 18 ago. 2023.

G1 DF. Uma semana após as eleições, grupos contrários ao resultado ainda interditam duas rodovias federais. **G1**, Brasília-DF, 6 nov. 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/df/distrito-federal/noticia/2022/11/06/uma-semana-apos-as-eleicoes-grupos-contrarios-ao-resultado-ainda-interditam-duas-rodovias-federais.ghtml>. Acesso em 18 ago. 2023.

G1 RS; RBS TV. Após resultado de eleição, manifestantes realizam protestos em rodovias do RS, diz polícia. **G1**, Porto Alegre, 30 out. 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/eleicoes/2022/noticia/2022/10/30/eleicoes-manifestacoes-rodovias-rs.ghtml>. Acesso em 18 ago. 2023.

G1. Em vídeo, filho de Bolsonaro diz que para fechar o STF basta 'um soldado e um cabo'. **G1**, [s.l.], 21 out. 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/noticia/2018/10/21/em-video-filho-de-bolsonaro-diz-que-para-fechar-o-stf-basta-um-soldado-e-um-cabo.ghtml>. Acesso em: 23 jan. 2023.

G1. Bolsonaristas se reuniram em atos antidemocráticos em 24 estados e no DF. **G1**, [s.l.], 2 nov. 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2022/noticia/2022/11/02/atos-bolsonaristas-quarteis-brasil.ghtml>. Acesso em 18 ago. 2023.

GAMBA, Karla. Sobe para 1.500 o número de presos após atos terroristas em Brasília. **O Tempo**, [s.l.], 9 jan. 2023. Disponível em: <https://www.otempo.com.br/politica/governo/sobe-para-1-500-o-numero-de-presos-apos-atos-terroristas-em-brasil-1.2794846>. Acesso em 18 ago. 2023.



GALLO, Fernando. Nosso trabalho antes, durante e após as eleições brasileiras de 2022. **Tiktok - Sala de Imprensa**, [s. l.], 15 fev. 2023. Disponível em: <https://newsroom.tiktok.com/pt-br/nosso-trabalho-antes-durante-e-apos-as-eleicoes-brasileiras-de-2022>. Acesso em: 20 maio 2023.

GAZETA DO POVO. Ibope mostra Bolsonaro em primeiro lugar na disputa presidencial. **Gazeta do Povo**, [s. l.], 5 set. 2018. Disponível em: <https://especiais.gazetadopovo.com.br/eleicoes/2018/pesquisas-eleitorais/ibope/ibope-mostra-bolsonaro-em-primeiro-lugar-na-disputa-presidencial/>. Acesso em 18 ago. 2023.

GAZETA DO POVO. Protestos pós-eleição chegam ao 10º dia com bloqueios de rodovias e atos em frente a quartéis. **Gazeta do Povo**, [s. l.], 8 nov. 2022. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/republica/protestos-eleicao-lula-10o-dia-bloqueios-vias-atos-frente-quarteis/>. Acesso em 18 ago. 2023.

GIELOW, Igor. Datafolha: 56% dizem que política e valores religiosos devem andar juntos. **Folha de São Paulo**, [s. l.], 2 set. 2022. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/09/datafolha-56-dizem-que-politica-e-valores-religiosos-devem-andar-juntos.shtml>. Acesso em: 6 ago. 2023.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GILLESPIE, Tarleton. **A relevância dos algoritmos**. Tradução: Amanda Jurno. São Paulo: Parágrafo, jan./abr. 2018.

GIORGI, Bruna. O maior ativo do TikTok não é seu algoritmo – é seu telefone. **Consumidor Moderno**, [s. l.], 1 dez. 2022. Disponível em: <https://consumidormoderno.com.br/2022/12/01/tiktok-algoritmo-telefone/>. Acesso em: 20 maio 2023.

GIROTTI NETO, Ângelo. **A onda conservadora e as eleições de 2018 no Brasil**. 2020. 130f. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) — Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2020.

GOMES, Wilson. A democracia digital e o problema da participação civil na decisão política. **Revista Fronteiras – Estudos Midiáticos**, [s. l.], v. VII, ed. 3, p. 214-222, 2005. Disponível em: <https://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/6394/3537>. Acesso em: 10 jun. 2023.

GOMES, Wilson. 20 anos de política, Estado e democracia digitais. *In*: SILVA, Silvano Pereira da; BRAGATTO, Rachel Callai; SAMPAIO, Rafael Cardoso (org.). **Democracia digital, comunicação política e redes**. Rio de Janeiro: Folio Digital: Letra e Imagem, 2016. p. 39-762.

GUIMARÃES, Pedro; RODRIGUES, Cleber. 4 em cada 10 brasileiros afirmam receber fake news diariamente. **CNN Brasil**, Rio de Janeiro, p. s/n, 29 ago. 2022. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/4-em-cada-10-brasileiros-afirmam-receber-fake-news-diariamente/>. Acesso em: 16 jul. 2023.

IMPACTO das fake news nas coberturas vacinais. Fundação Oswaldo Cruz: Instituto de Tecnologia em Imunobiológicos **Bio-Manguinhos**, [s. l.], p. s/n, 10 nov. 2020. Disponível em: <https://www.bio.fiocruz.br/index.php/br/noticias/2052-impacto-das-fake-news-nas-coberturas-vacinais>. Acesso em: 16 jul. 2023.

IPEC: 85% dos brasileiros acreditam que fake news podem influenciar as eleições deste ano. **G1**, [s. l.], p. s/n, 6 set. 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2022/pesquisa-eleitoral/noticia/2022/09/06/ipecc-85percent-dos-brasileiros-acreditam-que-fake-news-podem-influenciar-as-eleicoes-deste-ano.ghtml>. Acesso em: 16 jul. 2023.

IPEC e Datafolha: comentaristas do g1 e da GloboNews analisam últimas pesquisas presidenciais antes do 2º turno. **G1**, [s. l.], p. s/n, 29 out. 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2022/noticia/2022/10/29/ipecc-e-datafolha-comentaristas-do-g1-e-da-globonews-analisam-ultimas-pesquisas-presidenciais-antes-do-2o-turno.ghtml>. Acesso em: 26 dez. 2022.

JAIR Bolsonaro: as promessas do candidato do PSL à Presidência. **G1**, [s. l.], p. s/n, 11 out. 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/noticia/2018/10/11/jair-bolsonaro-as-promessas-do-candidato-do-psl-a-presidencia.ghtml>. Acesso em: 17 jul. 2023.

JASPER, Fernando. Bolsonaro critica ministros do STF e questiona resultados da... **Gazeta do Povo**, [s.l.], 14 jun. 2022. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/economia/bolsonaro-critica-ministros-do-stf-e-questiona-resultados-das-eleicoes-de-2014-e-2018/>. Acesso em 18 ago. 2023.

LEMONS, A. **Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. 3. ed. Porto Alegre: Sulina, 2007.

LEON, Lucas Pordeus. 14 jornalistas foram agredidos por bolsonaristas em atos de terrorismo. **Radioagência**, Brasília, 9 jan. 2023. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/politica/audio/2023-01/14-jornalistas-foram-agredidos-por-bolsonaristas-em-atos-de-terrorismo>. Acesso em 18 ago. 2023.

LIMA, Flávio Ribeiro de. As eleições de 2018 e a ascensão da extrema direita no Brasil. **Revista Percurso - NEMO**, Maringá, v. 11, n. 1, p. 207-215, 30 jun. 2019. Disponível em: <https://periodicos.uem.br/ojs/index.php/Percurso/article/view/49779>. Acesso em: 7 jan. 2023.

LIMA, Sérgio. Manifestantes pedem intervenção federal em frente a quartéis. **Poder 360**, [s.l.], 2 nov. 2022. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/eleicoes/manifestantes-pedem-intervencao-federal-em-frente-a-quarteis/>. Acesso em 18 ago. 2023.

LÖWY, Michael. Extrema direita e neofascismo: um fenômeno planetário: o caso Bolsonaro. In: FARIA, Fabiano Godinho; MARQUES, Mauro Luiz Barbosa (Org.). **Giros à direita**: análises e perspectivas sobre o campo líbero-conservador. Sobral-CE: Editora SertãoCult, 2020, p. 13-19.

LUCENA, André. Garimpo ilegal cresceu 54% nas terras yanomamis no último ano do governo Bolsonaro. **Carta Capital**, [s./l.], 01 fev. 2023. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/sociedade/garimpo-ilegal-cresceu-54-nas-terras-yanomamis-no-ultimo-ano-do-governo-bolsonaro/>. Acesso em 2 de julho de 2023.

MAIA, Rousiley Celi Moreira. Internet e esfera civil: Limites e alcances da participação política. In: MAIA, Rousiley Celi Moreira; GOMES, Wilson; MARQUES, Francisco Paulo Jamil Almeida (org.). **Internet e participação política no Brasil**. Porto Alegre: Sulina, 2011. p. 47-91.

MALÊ, Elias Santana. No TikTok, virais de apoio a Bolsonaro disseminam fake news. **Terra**, [s. /l.], p. s/n, 27 out. 2022. Disponível em: <https://www.terra.com.br/noticias/eleicoes/no-tiktok-virais-de-apoio-a-bolsonaro-disseminam-fake-news,6ceda19dea34dcb7b2fb1f1cc5a1a1db2ze8brk2.html>. Acesso em: 27 nov. 2022.

MALINI, Fábio; ANTOUN, Henrique. **@internet e #rua**: Ciberativismo e mobilização nas redes sociais. Porto Alegre: Sulina, 2013. 278 p.

MARQUES, Francisco Paulo Jamil Almeida. **Debates políticos na internet**: a perspectiva da conversação civil. *Opinião Pública*, Campinas, v. 12, n. 1, p. 164-187, 2006. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/op/article/view/8641225/8737>. Acesso em: 6 ago. 2023.

MARQUES, Ronaldo. Como viralizar? Confira papo com head de conteúdo no TikTok. **Portal POPline**, [s. /l.], p. s/n, 6 jul. 2021. Disponível em: <https://portalpopline.com.br/como-viralizar-confira-papo-com-head-de-conteudo-no-tiktok/>. Acesso em: 30 jul. 2023.

MARTÍN, Maria. Deus derruba a presidenta do Brasil. **El País**, [s. /l.], p. s/n, 19 abr. 2016. Disponível em: [https://brasil.elpais.com/brasil/2016/04/18/politica/1460935957\\_433496](https://brasil.elpais.com/brasil/2016/04/18/politica/1460935957_433496). Acesso em: 20 maio 2023.

MATHIEU, Edouard; RITCHIE, Hannah; RODÉS-GUIRAO, Lucas [et al.]. Coronavirus (COVID-19) Deaths. **Our World in Data**, [s./l.], 8 ago. 2023. Disponível em: <https://ourworldindata.org/covid-deaths>. Acesso em 18 ago. 2023.

MATOS, Alisson. Revolta, esperança e delírio: um dia no acampamento bolsonarista em Brasília. **Carta Capital**, [s./l.], 20 nov. 2022. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/politica/revolta-esperanca-e-delirio-um-dia-no-acampamento-bolsonarista-em-brasilia/>. Acesso em 18 ago. 2023.

MENDONÇA, R. F.; FREITAS, V. G.; AGGIO, C. ; SANTOS, N. Fake News e o Repertório Contemporâneo de Ação Política. **DADOS — REVISTA DE CIÊNCIAS**

**SOCIAIS**, v. 66, p. 1-33, 2023. Disponível em:  
<https://www.scielo.br/j/dados/a/M47Czv8v8HzwQ6DKjBqJvjg/?lang=pt>. Acesso em:  
15 de julho de 2023.

MIGUEL, Luis Felipe. A democracia na encruzilhada. *In*: JINKINS, Ivana; DORIA, Kim; CLETO, Murilo. **Por que gritamos golpe?** Para entender o impeachment e a crise política no Brasil. [s. l.]: [s. n.], 2016. p. 29-33.

MINISTRO do TSE suspende vídeo de Bolsonaro que chama Lula de corrupto e ladrão. **CNN Brasil**, Brasília, 12 out. 2022. Disponível em:  
<https://www.cnnbrasil.com.br/politica/ministro-do-tse-suspende-video-de-bolsonaro-que-chama-lula-de-corrupto-e-ladrao/>. Acesso em 18 ago. 2023.

MOLICA: Manifestações golpistas ameaçam o pacto de respeito ao resultado da eleição. **CNN Brasil**, [s. l.], 15 nov. 2022. Disponível em:  
<https://www.cnnbrasil.com.br/politica/manifestacoes-golpistas-ameacam-o-pacto-de-respeito-ao-resultado-da-eleicao/>. Acesso em: 26 dez. 2022.

MOLICA, Fernando. Molica: Manifestações golpistas ameaçam o pacto de respeito ao resultado da eleição. **CNN Brasil**, [s. l.], 15 nov. 2022. Disponível em:  
<https://www.cnnbrasil.com.br/politica/manifestacoes-golpistas-ameacam-o-pacto-de-respeito-ao-resultado-da-eleicao/>. Acesso em: 26 dez. 2022.

MOURA, Maurício; COBERLLINI, Juliano. **A eleição disruptiva: Por que Bolsonaro venceu**. 2. ed. [s. l.]: Record, 2019.

MÜLLER, Marcelo. Harriet. **Papo de Cinema**, [s. l.], 2019. Disponível em:  
<https://www.papodecinema.com.br/filmes/harriet/>. Acesso em: 30 jul. 2023.

MUNIZ, Mariana. Presos em atos golpistas de 8 de janeiro só poderão receber visitas com autorização de Moraes. **O Globo**, Brasília, 24 fev. 2023. Disponível em:  
<https://oglobo.globo.com/politica/noticia/2023/02/moraes-proibe-justica-do-df-de-autorizar-visitas-a-presos-em-ato-golpista-e-diz-que-apenas-ele-pode-libera-las.ghtml>. Acesso em 18 ago. 2023

NINJA. Após 70 dias, chega ao fim acampamentos bolsonaristas em frente aos quartéis. **Mídia Ninja**, [s. l.], 9 jan. 2023. Disponível em:  
<https://midianinja.org/news/apos-70-dias-chega-ao-fim-acampamentos-bolsonaristas-em-frente-aos-quarteis/>. Acesso em 18 ago. 2023.

NORBERTO, Cristiane. Bolsonaro usa lema fascista na Hungria: 'Deus, pátria, família e liberdade'. **Estado de Minas Política**, [s. l.], 17 fev. 2022. Disponível em:  
[https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2022/02/17/interna\\_politica,1345682/bolsonaro-usa-lema-fascista-na-hungria-deus-patria-familia-e-liberdade.shtml](https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2022/02/17/interna_politica,1345682/bolsonaro-usa-lema-fascista-na-hungria-deus-patria-familia-e-liberdade.shtml). Acesso em 18 ago. 2023.

OLIVEIRA, André de. Elogio à tortura, dupla moral e enrolados na Justiça em nove votos na Câmara. **El País Brasil**, São Paulo, 20 abr. 2016. Disponível em:  
[https://brasil.elpais.com/brasil/2016/04/19/politica/1461019293\\_721277.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2016/04/19/politica/1461019293_721277.html). Acesso em 18 ago. 2023.

OLIVEIRA, Caroline. Impeachment 5 anos: a relação entre junho de 2013 e a ascensão da extrema-direita. **Brasil de Fato**, [s. l.], 18 abr. 2021. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2021/04/18/impeachment-5-anos-a-relacao-entre-junho-de-2013-e-a-ascensao-da-extrema-direita>. Acesso em: 27 nov. 2022.

OLIVEIRA, Joana. Bolsonaro é “líder e porta-voz” das ‘fake news’ no país, diz relatório final da CPI da Pandemia. **El País Brasil**, [s. l.], 20 dez. 2020. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2021-10-20/bolsonaro-e-lider-e-porta-voz-das-fake-news-no-pais-diz-relatorio-final-da-cpi-da-pandemia.html>. Acesso em: 17 jul. 2023.

ORTELLADO, Pablo; SOLANO, Esther; MORETTO, Márcio. Uma sociedade polarizada? *In*: JINKINS, Ivana; DORIA, Kim; CLETO, Murilo. **Por que gritamos golpe?** [s. l.]: [s. n.], 2016. p. 136-140.

PAJOLLA, Murilo. Com Bolsonaro, desmatamento na Amazônia cresce 150%, pior marca já registrada pelo Imazon. **Brasil De Fato**, Lábrea, 20 jan. 2023. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2023/01/20/com-bolsonaro-desmatamento-na-amazonia-cresce-150-pior-marca-ja-registrada-pelo-imazon#:~:text=Entre%202019%20e%202022%2C%20durante,aumento%20foi%20de%20quase%20150%25>. Acesso em 18 ago. 2023.

PEDRA, Luana. Bolsonaro sobre Lula: 'Capeta que quer impor o comunismo no nosso Brasil'. **Estado de Minas Política**, [s. l.], 13 set. 2022. Disponível em: [https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2022/09/13/interna\\_politica,1393335/bolsonaro-sobre-lula-capeta-que-quer-impor-o-comunismo-no-nosso-brasil.shtml](https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2022/09/13/interna_politica,1393335/bolsonaro-sobre-lula-capeta-que-quer-impor-o-comunismo-no-nosso-brasil.shtml). Acesso em 18 ago. 2023.

PELLIZZARI, Bruno Henrique Miniuchi; BARRETO JUNIOR, Irineu Francisco. Bolhas sociais e seus efeitos na sociedade da informação: ditadura do algoritmo e entropia na internet. **Revista de Direito, Governança e Novas Tecnologias**, Belém, v. 5, ed. 2, p. 57-73, 7 dez. 2019. Disponível em: <https://indexlaw.org/index.php/revistadgnt/article/view/5856/pdf>. Acesso em: 26 dez. 2022.

PESSOAS mais velhas compartilham mais fake news, revela estudo. **Exame**, [s. l.], p. s/n, 28 fev. 2019. Disponível em: <https://exame.com/tecnologia/pessoas-mais-velhas-compartilham-mais-fake-news-revela-estudo/>. Acesso em: 16 jul. 2023.

PINHEIRO-MACHADO, Rosana. **Amanhã vai ser maior**: o que aconteceu com o Brasil e as possíveis rotas de fuga para a crise atual. São Paulo: Planeta Brasil, 2019.

PINHEIRO, Muriel Felten. **INTERVENÇÕES PRIVADAS NA COMUNICAÇÃO PÚBLICA DO GOVERNO DE JAIR BOLSONARO**: os vieses moralistas e religiosos. 2021. 287 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação) — Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2021. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/231846>. Acesso em: 12 ago. 2023.

PINOTTI, Fernanda. No fim de governo, Bolsonaro tem aprovação de 39% e reprovação de 37%, diz Datafolha. **CNN Brasil**, São Paulo, 30 dez. 2022. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/no-fim-de-governo-bolsonaro-tem-aprovacao-de-39-e-reprovacao-de-37-diz-datafolha/>. Acesso em 18 ago. 2023.

POELL, Thomas; NIEBORG, David; VAN DIJCK, José. Plataformização. **Fronteiras-estudos midiáticos**, v. 2, n. 1, p. 2-10, 2020.

PORTO, Douglas. Mais de 92 milhões de brasileiros acessam a internet apenas pelo celular, diz pesquisa. **CNN Brasil**, [s. l.], 17 maio 2023. Disponível em: [https://www.cnnbrasil.com.br/tecnologia/mais-de-92-milhoes-de-brasileiros-acessam-a-internet-apenas-pelo-celular-diz-pesquisa/#:~:text=Dos%20149%20milh%C3%B5es%20de%20usu%C3%A1rios,Brasil%20\(CGI.br\)](https://www.cnnbrasil.com.br/tecnologia/mais-de-92-milhoes-de-brasileiros-acessam-a-internet-apenas-pelo-celular-diz-pesquisa/#:~:text=Dos%20149%20milh%C3%B5es%20de%20usu%C3%A1rios,Brasil%20(CGI.br).). Acesso em: 8 jul. 2023.

POSSA, Julia. TikTok é o app mais baixado do mundo pelo 3º ano consecutivo; veja a lista. **Giz Brasil**, [s. l.], p. s/n, 17 fev. 2023. Disponível em: <https://gizmodo.uol.com.br/tiktok-app-mais-baixado-mundo/>. Acesso em: 22 jul. 2023.

POZOBON, Rejane de Oliveira. Comunicação, política: novas configurações sem espaço público midiático. *In*: KUNSCH, Margarida (org.). **Comunicação Pública, Sociedade e Cidadania**. 1. ed. São Caetano do Sul: Difusão, 2011. cap. 9, p. 173-185.

PRUDENCIO, Kelly. COMUNICAÇÃO E MOBILIZAÇÃO POLÍTICA NA INTERNET. **Extensão em Foco**, [s. l.], n. 4, dez. 2009. ISSN 2358-7180. Disponível em: <<https://revistas.ufpr.br/extensao/article/view/24885/16691>>. Acesso em: 02 jul. 2023. doi:<http://dx.doi.org/10.5380/ef.v0i4.24885>.

RANKING mostra quantos brasileiros estão no TikTok em 2023. **Exame**, [s. l.], 8 abr. 2023. Disponível em: <https://exame.com/tecnologia/ranking-mostra-quantos-brasileiros-estao-no-tiktok-em-2023/>. Acesso em: 30 abr. 2023.

REDAÇÃO PORTAL T5. SOS FFAA: saiba o que significa reivindicação invasores do Congresso. **Portal T5**, [s. l.], 9 jan. 2023. Disponível em: <https://www.portalt5.com.br/noticias/single/nid/sos-ffaa-saiba-o-que-significa-reivindicacao-invasores-do-congresso/>. Acesso em 18 ago. 2023.

REDAÇÃO. Bolsonaro se pronuncia após resultado das eleições. **Exame**, [s. l.], 1 nov. 2022. Disponível em: <https://exame.com/brasil/bolsonaro-se-pronuncia-apos-resultado-das-eleicoes/>. Acesso em: 12 de agosto de 2023.

REDAÇÃO; RBS TV; G1 RS. Equipe de TV é agredida por bolsonaristas em Porto Alegre; VÍDEO. **G1**, Porto Alegre 3 jan. 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2023/01/03/equipe-de-tv-e-agredida-por-bolsonaristas-em-porto-alegre-video.ghtml>. Acesso em 18 ago. 2023.

RESULTADOS. [s. l.]: Tribunal Superior Eleitoral, 2022. Versão 6.1.5. Disponível em: <https://resultados.tse.jus.br/oficial/app/index.html#/eleicao/resultados>. Acesso em: 26 dez. 2022.

RIBEIRO, Manuella Maia; BARBOSA, Alexandre Fernandes. Medição do uso da internet para participação: Desafios para o governo e sociedade no Brasil. *In*: SILVA, Silvado Pereira da; BRAGATTO, Rachel Callai; SAMPAIO, Rafael Cardoso.

**Democracia digital, comunicação política e redes**. Rio de Janeiro: Folio Digital: Letra e Imagem, 2016. p. 39-762.

RITCHER, André. STF torna réus mais 45 envolvidos nos atos golpistas de 8 de janeiro. **Radioagência**, Brasília, 26 jun. 2023. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/justica/noticia/2023-06/stf-torna-reus-mais-45-envolvidos-nos-atos-golpistas-de-8-de-janeiro#:~:text=A%20maioria%20dos%20ministros%20do,desde%20o%20in%C3%A9cio%20das%20investiga%C3%A7%C3%B5es>. Acesso em 18 ago. 2023

ROLANDO, Stefano. A dinâmica evolutiva da comunicação pública. *In*: KUNSCH, Margarida (Org.). **Comunicação Pública, sociedade e cidadania**. São Caetano do Sul: Difusão, 2011.

ROMANI, Andre. Com Bolsonaro ainda em silêncio, bloqueios de caminhoneiros ganham força e se espalham pelo país. **Economia Uol**, [s.l.], 31 out. 2022. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/reuters/2022/10/31/protestos-interditam-br-163-e-trecho-da-dutra-apos-eleicoes.htm?cmpid=copiaecola>. Acesso em 18 ago. 2023.

ROQUE, Tatiana; BRUNO, Fernanda. A ponta de um iceberg de desconfiança. *In*: BARBOSA, Mariana (Ed.). **Pós-verdade e fake news**: reflexões sobre a guerra de narrativas. São Paulo: Cobogó, 2019.

SALVADOR, Susana. Mulheres, ditadura, gays: 10 frases polêmicas de Bolsonaro. **Diário de Notícias**, [s.l.], 8 out. 2018. Disponível em: <https://www.dn.pt/mundo/mulheres-ditadura-gays-10-frases-polemicas-de-bolsonaro-9968430.htm>. Acesso em: 14 de janeiro de 2023

SCHAFFNER, Flavio. Com foco nos responsáveis pelos ataques aos poderes em Brasília, Operação Lesa Pátria será permanente. **Gaúcha ZH**, Porto Alegre, 29 jan. 2023. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/politica/noticia/2023/01/com-foco-nos-responsaveis-pelos-ataques-aos-poderes-em-brasilia-operacao-lesa-patria-sera-permanente-cldhz7hjk003601573c32zq74.html>. Acesso em 18 ago. 2023.

SCHREIBER, Mariana. Lava Jato atingiu partidos de forma proporcional, mas PT foi foco de Moro, aponta estudo. **BBC News Brasil**, Brasília, 23 set. 2022. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-62990375>. Acesso em: 12 de agosto de 2023

SILVA, Marcos Aurélio. Contestação de eleição só pode ser feita com comprovação de fraude. **Jornal Opção**, [s. l.], 24 jul. 2022. Disponível em: <https://www.jornalopcao.com.br/reportagens/contestacao-de-eleicao-so-pode-ser-feita-com-comprovacao-de-fraude-418153/>. Acesso em: 27 out. 2022.

SILVA, S. P. da. Democracia, inteligência artificial e desafios regulatórios: direitos, dilemas e poder em sociedades datificadas. **E-Legis — Revista Eletrônica do Programa de Pós-Graduação da Câmara dos Deputados**, Brasília, v. 13, n. 33, p.

226–248, 2020. DOI: 10.51206/e-legis.v13i33.600. Disponível em: <https://e-legis.camara.leg.br/cefor/index.php/e-legis/article/view/600>. Acesso em: 9 jul. 2023.

SCHURIG, Sofia. Brasileiros já usam mais TikTok do que Instagram. **Terra**, [s. l.], p. s/n, 18 out. 2022. Disponível em: <https://www.terra.com.br/byte/brasileiros-ja-usam-mais-tiktok-do-que-instagram,9cfadc27f69ae7294380724762551f931btnc70l.html>. Acesso em: 30 abr. 2023.

SILVA, Sivaldo Pereira da; PITA, Marina; COSTA, Nicole Guimarães de O. Perspectivas e tendências regulatórias da Inteligência Artificial no Brasil: características e tramitação de proposições legislativas no Senado e Câmara dos Deputados. *In*: CARVALHO, Mariana Martins de; DUTRA, E Luma Poletti (org.). **Cadernos de conjuntura das comunicações LaPCom — Ulepicc-Brasil 2022: Desinformação, crise democrática e políticas de comunicação e cultura**. Brasília: Ulepicc-Brasil, 2022. p. 39-54.

SOARES, Ingrid; PATRIOLINO, Luana. Bolsonaro ataca STF e desqualifica carta em defesa da democracia. **Correio Braziliense**, [s.l.], 3 ago. 2022. Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/politica/2022/08/5026493-bolsonaro-ataca-stf-e-desqualifica-carta-em-defesa-da-democracia.html>. Acesso em 18 ago. 2023.

SOCIEDADE MILITAR. O que significa FFAA, esse termo está correto? Abreviaturas militares (Essa grafia existe, afinal?). **Revista Sociedade Militar**, [s.l.], 6 dez. 2022. Disponível em: <https://www.sociedademilitar.com.br/2017/09/o-que-significa-ffaa-abreviaturas-militares.html>. Acesso em 18 ago. 2023.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do Espelho: Uma Teoria da Comunicação Linear e em Rede**. Petrópolis: Vozes, 2002.

SOUZA, Julia. TikTok vira canal para presidenciais atingirem o eleitorado jovem. **Época Negócios**, [s. l.], 24 set. 2022. Disponível em: <https://epocanegocios.globo.com/Tecnologia/noticia/2022/09/tiktok-vira-canal-para-presidenciais-atingirem-o-eleitorado-jovem.html>. Acesso em: 22 jul. 2023.

STF confirma suspeição de Sergio Moro na ação do triplex do Guarujá. **STF**, Brasília, 23 jun. 2021. Disponível em <https://portal.stf.jus.br/noticias/verNoticiaDetalhe.asp?idConteudo=468086&ori=1>. Acesso em 18 ago. 2023.

TARDE, Gabriel. **L' opinion et la foule**. Paris: Presses Universitaires de France, 1989.

THANKS a billion! **Tiktok Newsroom**, [s. l.], 27 set. 2021. Disponível em: <https://newsroom.tiktok.com/en-us/1-billion-people-on-tiktok>. Acesso em: 10 mar. 2023.

TIKTOK. **Canaltech**, [s. l.], 23 jan. 2012. Disponível em: <https://canaltech.com.br/empresa/tiktok/>. Acesso em: 10 mar. 2023.

UM MÊS depois das eleições, manifestantes bolsonaristas ainda resistem acampados próximos a quartéis-generais. **Brasil 61**, [s.l.], 30 nov. 2022. Disponível



em: <https://brasil61.com/n/um-mes-depois-das-eleicoes-manifestantes-de-direita-ainda-resistem-acampados-proximos-a-quarteis-generais-bras227523>. Acesso em: 12 de agosto de 2023

URNAS eletrônicas: veja as notícias falsas que o UOL Confere já desmentiu.

**Notícias UOL**, [s. l.], 2 out. 2022. Disponível em:

<https://noticias.uol.com.br/confere/ultimas-noticias/2022/10/02/urnas-eletronicas-veja-as-noticias-falsas-que-o-uol-confere-ja-desmentiu.htm>. Acesso em: 26 dez. 2022.

VARGAS, Mateus. Quem contesta eleição em atos antidemocráticos será tratado como criminoso, diz Moraes. **Folha de São Paulo**, [s. l.], 3 nov. 2022. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/11/quem-contesta-eleicao-em-atos-antidemocraticos-sera-tratado-como-criminoso-diz-moraes.shtml>. Acesso em: 6 ago. 2023.

VIEIRA, Vinicius Rodrigues. Medo de comunismo em metade dos brasileiros é vitória de Bolsonaro. **JOTA**, [s.l.], 3 jul. 2023. Disponível em: <https://www.jota.info/opiniao-e-analise/colunas/democracia-em-transe/medo-de-comunismo-em-metade-dos-brasileiros-e-vitoria-de-bolsonaro-03072023>. Acesso em 18 ago. 2023.

WEBER, Maria Helena. Estratégias de comunicação de Estado e a disputa por visibilidade e opinião. In: KUNSCH, Margarida (org.). **Comunicação Pública, Sociedade e Cidadania**. 1. ed. São Caetano do Sul: Difusão, 2011. cap. 5, p. 101-119.

WEBER, Maria Helena. Na Comunicação Pública, a captura do voto. In: LOGOS 27: **Mídia e Democracia**. Rio de Janeiro: ano 14, 2º semestre de 2007, p. 21-42.

WEBER, M. H. Nas redes de comunicação pública, as disputas possíveis de poder e visibilidade. In: WEBER, M. H.; COELHO, M. P.; LOCATELLI, C. **Comunicação pública e política: pesquisa e prática**. Florianópolis: Insular, 2017. P. 23-56.