

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE CAMPINAS  
PÓS-GRADUAÇÃO EM LINGUAGENS, MÍDIA E ARTE**

**FERNANDA MARTINS MACHADO**

**A REPRESENTAÇÃO DO BINÔMIO ESQUERDA/DIREITA NO BRASIL: ANÁLISE  
DE DOIS PERFIS NO TIKTOK**

**CAMPINAS**

**2024**

**FERNANDA MARTINS MACHADO**

**A REPRESENTAÇÃO DO BINÔMIO ESQUERDA/DIREITA NO BRASIL: ANÁLISE  
DE DOIS PERFIS NO TIKTOK**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Linguagens, Mídia e Arte da Pontifícia Universidade Católica de Campinas, como exigência para obtenção do título de Mestre em Linguagens, Mídia e Arte.

Orientador: Prof. Dr. Tarcisio Torres Silva

**CAMPINAS**

**2024**

Sistema de Bibliotecas e Informação - SBI  
Gerador de fichas catalográficas da Universidade PUC-Campinas  
Dados fornecidos pelo(a) autor(a).

Machado, Fernanda Martins

M149r

A representação do binômio esquerda/direita no Brasil: análise de dois perfis no TikTok / Fernanda Martins Machado. - Campinas: PUC-Campinas, 2024.

150 f.

Orientador: Tarcisio Torres Silva.

Dissertação (Mestrado em Linguagens, Mídia e Arte) - Programa de Pós-Graduação em Linguagens, Mídia e Arte, Escola de Linguagem e Comunicação, Pontifícia Universidade Católica de Campinas, Campinas, 2024.

1. Redes sociais digitais. 2. Miatização. 3. Política. I. Silva, Tarcisio Torres. II. Pontifícia Universidade Católica de Campinas. Escola de Linguagem e Comunicação. Programa de Pós-Graduação em Linguagens, Mídia e Arte. III. Título.

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE CAMPINAS**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LINGUAGENS, MÍDIA E ARTE**  
**FERNANDA MARTINS MACHADO**

**A REPRESENTAÇÃO DO BINÔMIO ESQUERDA/DIREITA NO BRASIL: ANÁLISE  
DE DOIS PERFIS NO TIKTOK**

Dissertação defendida e aprovada em 16 de dezembro  
de 2024 pela comissão examinadora:

Documento assinado digitalmente  
 **TARCISIO TORRES SILVA**  
Data: 18/12/2024 18:23:23-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

---

Prof. Dr. Tarcisio Torres Silva  
Orientador e presidente da comissão examinadora  
Pontifícia Universidade Católica de Campinas

Documento assinado digitalmente  
 **JULIANA DORETTO**  
Data: 19/12/2024 08:39:39-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

---

Prof. Dra. Juliana Doretto  
Pontifícia Universidade Católica de Campinas

Documento assinado digitalmente  
 **Raquel Ritter Longhi**  
Data: 19/12/2024 18:50:28-0300  
CPF: \*\*\*.843.420-\*\*  
Verifique as assinaturas em <https://v.ufsc.br>

---

Profa. Dra. Raquel Ritter Longhi  
Universidade Federal de Santa Catarina

**CAMPINAS**

**2024**

## MEMORIAL

A rede social, enquanto uma ferramenta informacional na sociedade contemporânea, sempre despertou meu interesse devido ao seu potencial ilimitado de alcance. Ao encurtar as distâncias entre pessoas de origens distintas e locais diversos, ela possibilita que a comunicação alcance uma audiência mais ampla e contribua significativamente para a democratização do conhecimento. Entretanto, antes de discorrer sobre como me envolvi com essa temática, gostaria de fazer uma retrospectiva.

Nasci em Campinas (SP) e sou filha de pais mineiros, ambos oriundos da região sul de Minas Gerais. Meu pai é natural de Boa Esperança, um município com quase 40 mil habitantes, enquanto minha mãe é originária de Pratápolis, uma cidadezinha com pouco mais de 8 mil residentes. Como não tive irmãos, todo o esforço de meus pais se concentrou em meu bem-estar. Eles sempre batalharam para me proporcionar uma educação de qualidade e garantir nosso sustento diário. Embora guardem poucas certezas sobre suas histórias passadas, as lembranças que compartilham das dificuldades que enfrentaram nos permitem valorizar as conquistas de hoje. Minha mãe, em particular, relembra os tempos em que precisava buscar água de um poço profundo, a sensação de privação ao ver outras crianças desfrutando de um iogurte e as inúmeras vezes em que usava um banquinho de madeira para alcançar a pia e lavar a louça.

Durante meu percurso escolar, frequentei quatro instituições diferentes. Minha primeira escola foi o Colégio Batista Vista Alegre, vinculado à igreja que frequentávamos. Ingressei no maternal um pouco mais tarde, aos três anos, pois minha mãe não trabalhava fora de casa. No entanto, após o primeiro ano, migrei para o Colégio Sonho Meu, hoje conhecido como Colégio Semear, do qual tenho memórias marcantes. Destaco o carinho e dedicação das tias Sandra e Patrícia, responsáveis por me ensinar a ler e escrever. Na cerimônia de formatura da pré-escola, emocionei meus pais e o proprietário da escola, o Sr. Dornelas, ao ler uma carta em homenagem a quem frequentemente chamei de “vô” Dornelas.

O Colégio Sonho Meu ainda não oferecia o Ensino Fundamental. Então, aos sete anos, fui matriculada no Colégio Crescer, onde cursei da 1ª até a 6ª série. Como a maioria das crianças, eu preferia brincar a estudar. Desde o início do ano letivo, já aguardava ansiosamente pela Copa Crescer, um campeonato de futebol anual entre as turmas. O futebol sempre foi minha paixão, tanto para assistir quanto para jogar. Venci todas as Copas Crescer das quais participei, sem exceção. Minha mãe costumava dizer que eu me “dedicava ao máximo em quadra”, o que não estava muito longe da realidade. Até hoje guardo com orgulho as medalhas

e troféus conquistados. Outra celebração que me encantava no Colégio Crescer era a Festa das Nações, na qual cada classe representava uma cultura. Sempre tive grande interesse em estudar a geografia do país que representávamos, especialmente quando podia relacioná-la aos times de futebol. Lembro-me, em particular, de uma ocasião em que tivemos que nos vestir com trajes típicos holandeses.

Da 7ª série do Ensino Fundamental II até o 2º ano do Ensino Médio, migrei para o Colégio Dom Barreto. Nesta escola, os passeios não eram simples excursões, mas sim experiências de aprendizado em campo. Um desses momentos especiais foi a visita à Usina Hidrelétrica de Barra Bonita, onde pudemos observar de perto um trecho limpo do rio Tietê. Recordo com carinho as apresentações artísticas no sarau e nossas visitas ao Recanto São José, em Mogi Mirim (SP), um refúgio natural que pertence àquela unidade de ensino. Na metade do 2º ano, retornei ao Colégio Crescer, onde concluí o ensino médio.

Ao finalizar minha fase escolar, enfrentei o desafio de escolher um curso superior. Acredito que essa seja uma decisão particularmente complexa para jovens de 17 ou 18 anos. Embora haja pessoas com escolhas bem definidas, para mim, que estava incerta sobre o caminho a seguir, foi um dilema. Tinha o sonho de trabalhar na Bosch, empresa à qual meu pai dedicou 20 anos de sua vida e onde, naquela época, minha madrinha também trabalhava. Portanto, optei por cursar um tecnólogo em logística, com duração de dois anos, na esperança de enviar meu currículo para a multinacional. No primeiro mês de faculdade, fui chamada para uma entrevista, processo em que me vi bem-sucedida após três etapas de seleção. Embora eu não tivesse experiência com maquinário, estava determinada a aprender e seguir os passos de meu pai. Cada vez que visitava a empresa, relembrava momentos especiais, como os dias na piscina do clube, as festas juninas, as confraternizações de final de ano e os aniversários que passamos ali.

Durante cinco anos, dediquei-me à produção de um componente vital para o funcionamento dos motores automobilísticos: o sensor de fase. Essa experiência, iniciada aos 18 anos como meu primeiro emprego, proporcionou-me um profundo aprendizado sobre trabalho em equipe e responsabilidade.

Destaco, sobretudo, a orientação do meu exemplar supervisor, Valdeci Silva, que desempenhou um papel fundamental durante três dos cinco anos em que estive na empresa. Ele não apenas me contratou, mas também me ofereceu inúmeras oportunidades de crescimento. Enquanto me incentivava a traçar um plano de carreira na indústria, Valdeci também notava minha paixão por escrever sobre esportes, em especial o futebol.

Em 2019, dei início ao curso de Jornalismo na PUC-Campinas. Durante um mês, tentei conciliar os estudos com um emprego que mantinha das 14h30 às 23h30. No entanto, a exaustiva rotina me levou a tomar uma difícil decisão. Após consultar meus pais, eles gentilmente concordaram em me apoiar financeiramente na continuação dos estudos, o que me permitiu deixar o emprego. Assim, pude dedicar-me integralmente à universidade.

No primeiro ano da graduação, tive a honra de atuar como monitora voluntária no portal noticioso *Digitais*, da Faculdade de Jornalismo, sob a orientação do professor Carlos Alberto Zanotti. Peço que guardem esse nome, pois ele reaparecerá em minha narrativa. Esta experiência serviu como alicerce para adquirir os princípios fundamentais do jornalismo de qualidade. Lembro-me de escrever mais de 15 matérias em apenas um semestre, abrangendo áreas que iam desde política e economia até saúde, cultura e esportes.

A pandemia da Covid-19 trouxe consigo o desafio das aulas remotas, mas não me impediu de continuar contribuindo com o *Digitais*. Além disso, iniciei um estágio na Redação Modelo do curso, onde gerenciava redes sociais, organizava transmissões ao vivo e contatava palestrantes.

Em 2021, ingressei para o programa de Iniciação Científica, tendo o professor Zanotti como orientador e recebendo o benefício de uma bolsa do CNPq. Meu trabalho concentrou-se em pesquisar as estratégias de midiaticização da gestão e monitoramento de recursos hídricos no portal da *Agência das Bacias PCJ*. Esta agência do governo estadual tem a responsabilidade de gerir um consórcio de 76 municípios do interior paulista. Durante essa pesquisa, o professor Zanotti introduziu-me ao conceito de midiaticização, despertando minha curiosidade para o impacto das mídias na nossa sociedade. Este trabalho culminou na publicação de um artigo na *Revista Brasileira de Iniciação Científica (RBIC)*.

Após concluir esta etapa em minha trajetória na graduação, obtive a oportunidade de estágio na EPTV Campinas. Inicialmente, atuei como radioescuta, tarefa que, no âmbito jornalístico, se refere à pessoa responsável por localizar e verificar notícias em várias mídias, monitorar a concorrência e repassar informações essenciais aos editores. Após seis meses nessa função, transitei para a produção de conteúdo, onde encontrei meu verdadeiro lugar. Fui responsável pela produção do quadro "Cadê a minha vaga?", que abordava questões relacionadas ao mercado de trabalho, além de apoiar os produtores na criação de conteúdo para os jornais e na elaboração de séries especiais. Também tive a oportunidade de acompanhar o ritmo de trabalho dos repórteres em campo e experimentar a emoção de uma transmissão ao vivo, mesmo que fosse simulada, devido à minha condição de estagiária.

Paralelamente ao estágio na EPTV, concluí meu curso universitário. Tive o privilégio de realizar meu Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) com a colega Vitória Gomes, com quem compartilhei quatro anos de faculdade e experiências de estágio. Unimos nossa paixão pelo futebol e pelas redes sociais. Sob a orientação da professora Maria Lúcia Jacobini, "Malu", investigamos as transformações na comunicação esportiva devido à ascensão do *TikTok*. Produzimos uma série de reportagens inovadoras na plataforma, explorando suas tecnologias e linguagens de forma pioneira, fazendo uso de recursos como narração, legendas, hashtags e recortes de partes das entrevistas.

A busca por fontes neste trabalho em questão deu-se a partir dos trabalhos recentes dos mesmos. Um exemplo disso é a escolha pela jornalista Raquel Longhi, que atua como professora no programa de Pós-Graduação em Jornalismo na Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e trabalha com a temática de narrativas plataformizadas, estudando a maneira com a qual o jornalismo conta histórias no *TikTok*. O trabalho foi classificado dentro da categoria "Inovação" na PUC-Campinas e recebeu nota máxima por parte da banca formada pelos professores Lindolfo Alexandre de Souza e Amanda Artioli.

Durante o meu período na faculdade, conquistei por três anos consecutivos o Prêmio ABAG/RP de Jornalismo "José Hamilton Ribeiro". Este concurso tem como propósito fomentar o trabalho jornalístico relacionado ao agronegócio, tanto em nível regional quanto nacional. No ano de 2020, conquistei o primeiro lugar na categoria escrita com uma reportagem que destacou produtos nativos da Amazônia, tais como castanha-do-pará, açaí, copaíba, andiroba, jenipapo e urucu. No ano seguinte, 2021, alcancei a segunda posição com uma matéria que explorou como o setor sucroalcooleiro tem investido em novas tecnologias, aproveitando resíduos do processo convencional, como a palha e o bagaço da cana-de-açúcar, com o objetivo de promover uma produção mais sustentável.

Em 2022, no último ano como estudante, submeti quatro reportagens para o prêmio, incluindo dois textos, um áudio e um vídeo. Conquistei prêmios em duas destas categorias, ficando em primeiro lugar na modalidade texto com uma reportagem oriunda de uma pesquisa da ESALQ-USP que viabilizou a produção de taioba in vitro, chamando a atenção da NASA, em razão das dificuldades relacionadas à alimentação dos astronautas durante suas missões. Além disso, obtive o segundo lugar na categoria de vídeo, destacando a importância do agroturismo para o município de Vinhedo (SP), uma das principais regiões produtoras de uva e vinho no Brasil. Vale ressaltar que, durante esse período como estudante, fui finalista por dois anos consecutivos do Prêmio de Comunicação José Luiz Egydio Setúbal, o qual aborda a

temática da saúde infantil e juvenil. Em todos esses projetos, contei com a orientação dedicada da professora Cyntia Andretta, à qual dedico meu carinho e gratidão sincera.

Meu estágio chegou ao fim junto com a conclusão do curso, em dezembro de 2022. Naquela época, não havia vagas disponíveis para contratação efetiva, mas, intimamente, eu sabia que retornaria à EPTV devido a tudo que construí ao longo de um ano e meio como estagiária. No final das contas, me sentia feliz e realizada, mesmo tendo o mestrado em perspectiva. Entretanto, minha tão sonhada vaga não demorou a surgir. Lembro-me de receber uma mensagem da coordenadora de redação do programa Terra da Gente em fevereiro de 2022. Sem hesitar, aceitei o convite para uma entrevista com ela e o diretor geral, Ciro Porto. A vaga em questão era para produção, onde verdadeiramente encontrei meu lugar. Fui aprovada e retornei à EPTV em março de 2023, onde permaneço até os dias atuais combinando os horários para em ambas as demandas.

Meu desejo de seguir uma carreira acadêmica teve início durante a Iniciação Científica, sob a orientação do professor Zanotti. À medida que adentramos o ano de 2022, finalmente tomei a decisão de participar do processo seletivo do Programa de Linguagens, Mídia e Arte (PPG-Limiar). Este período se revelou, de longe, o mais desafiador para mim. Concomitantemente à conclusão da graduação e às viagens para a gravação do meu Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), produzi as quatro reportagens para o prêmio ABAG/RP, elaborei o pré-projeto do mestrado, estudei doze textos distintos recomendados para a fase de prova, e ainda me submeti a uma cirurgia. Em muitos momentos, enfrentei desconforto significativo devido ao tempo prolongado em frente ao computador.

Por esses e outros motivos, ingressar no mestrado assumiu um significado muito especial para mim. Confesso que a mudança de mentalidade, necessária para abraçar uma perspectiva interdisciplinar, representou meu maior desafio inicial. A cada aula do primeiro semestre, questionava-me e começava a ponderar se meu trabalho, de fato, incorporava essa abordagem. No entanto, a verdade é que, desde o pré-projeto, meu trabalho já estava impregnado de elementos interdisciplinares, uma vez que estabelecia diálogos com diversas disciplinas e saberes distintos, visando à criação de um conhecimento acerca de meu objeto de estudo. Abordar a polarização política no *TikTok* implicou uma análise que engloba não apenas a origem dos termos “direita” e “esquerda” na ciência política e no senso comum, mas também a identificação das estratégias de linguagem utilizadas dentro da plataforma pelos atores políticos.

Para minha surpresa, ou talvez não tão surpreendente assim, o professor Zanotti cruzou meu caminho novamente. Quando os professores se apresentaram naquele dia 13 de fevereiro

de 2023 e anunciaram os nomes de seus orientandos, senti-me amparada. Eu e Zanotti já havíamos trilhado muitos caminhos profícuos juntos, e, acima de tudo, compartilhávamos uma confiança mútua de que realizaríamos mais um grande trabalho.

Além das atividades relacionadas às disciplinas, como a produção de artigos e ensaios críticos, as discussões em sala de aula e as apresentações de seminários, tive a oportunidade enriquecedora de participar do 26º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, em junho de 2023, na Universidade Federal Fluminense, em Niterói/RJ. Essa experiência contribuiu como um verdadeiro intercâmbio de culturas, pensamentos e vivências.

Em junho de 2024, o professor Zanotti deixou a Universidade e, em seu lugar, o professor Tarcísio Torres assumiu como meu novo orientador. Embora eu tenha ficado preocupada com o pouco tempo disponível para concluir meu trabalho, percebi que continuei em boas mãos, pois o professor Tarcísio, que atua com pesquisas na área de redes digitais e algoritmos, já havia participado da minha banca de qualificação e, portanto, não estava tendo contato com minha pesquisa pela primeira vez. Essa familiaridade com o tema e seu conhecimento específico facilitaram o processo de orientação e continuidade do trabalho.

Hoje, estou concluindo meu mestrado no PPG-Limiar com uma pesquisa que se debruça sobre a participação do *TikTok* na representação do binômio direita/esquerda no Brasil. Essa pesquisa me permitiu compreender o papel e a relevância dessa rede social no processo de midiaticização da sociedade, bem como identificar os significados que as expressões “esquerda” e “direita” adquiriram ao serem incorporadas ao vocabulário dos atores políticos e da sociedade em geral. A partir deste ponto, meu objetivo é dar continuidade a essa temática em uma possível futura jornada acadêmica.

## AGRADECIMENTOS

Ao finalizar este ciclo de estudos e pesquisas, não posso deixar de expressar minha profunda gratidão a todos que contribuíram para a realização deste trabalho. Em primeiro lugar, agradeço à minha mãe Maria Aparecida e ao meu pai Jolnei, cujo apoio incondicional e amor constante foram fundamentais ao longo desta jornada. Vocês sempre foram meu alicerce, e sua confiança em mim me motivou a buscar sempre mais.

Agradeço também ao Programa de Pós-Graduação em Linguagens, Mídia e Arte (PPG-Limiar) da PUC-Campinas. A oportunidade de estudar e desenvolver minha pesquisa em uma instituição de tamanha credibilidade é uma honra imensurável. Quero expressar meu agradecimento a todos os professores e professoras que, com sua dedicação e expertise, iluminaram meu caminho acadêmico. Cada aula, cada orientação e cada troca de ideias contribuíram para meu crescimento como pesquisadora.

Manifesto minha profunda gratidão ao professor Carlos Alberto Zanotti, por um ano e meio de orientações preciosas que foram essenciais para a elaboração deste trabalho, e ao professor Tarcísio Torres, que assumiu essa responsabilidade na reta final com tanta dedicação. Suas importantes contribuições enriqueceram ainda mais minha pesquisa e me proporcionaram uma nova perspectiva sobre os desafios enfrentados.

Por fim, agradeço aos meus colegas de jornada, que compartilharam momentos de desafios e conquistas. O caráter interdisciplinar deste mestrado enriqueceu ainda mais minha jornada, permitindo a convivência com colegas de diversas áreas, como jornalismo, letras, arquitetura, engenharia e geografia. Essa diversidade de perspectivas ampliou meu entendimento e me desafiou a explorar novas abordagens em minha pesquisa. Juntos, criamos um ambiente de aprendizado rico e colaborativo, onde as experiências de cada um enriqueceram a formação de todos.

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.

## RESUMO

A rede social *TikTok*, lançada em 2016 ainda como Douyin na China, é mais uma das ferramentas informacionais que contribuem para consolidar o processo de midiática da política e de atores políticos no cenário contemporâneo. Midiática pode ser entendida como a adoção de estratégias, recursos e linguagens por parte de atores sociais que buscam na aplicação de uma lógica midiática elementos para otimizar a comunicação com seus públicos. Considerando o cenário polarizado que divide os adversários em binários e o histórico recente do ativismo político nas redes, observou-se que expressões como “família tradicional”, “liberdade econômica” e “valores cristãos” são associadas a postagens de viés conservador, enquanto termos como “justiça social”, “igualdade racial” e “anticapitalismo” emergem nas publicações com foco progressista. Além disso, estratégias midiáticas como uso de memes, hashtags e símbolos ideológicos são frequentemente utilizadas pelos atores políticos para se colocarem de um lado ou de outro do espectro ideológico e partidário. Como estratégia de investigação, foram criadas duas contas no TikTok, sendo uma voltada para receber conteúdos de direita e outra, de esquerda. Essa abordagem permitiu observar como o algoritmo adapta os conteúdos conforme o comportamento do usuário, mas também demonstrou que, ao diversificar as hashtags, é possível “furar” as bolhas algorítmicas e acessar conteúdos fora das preferências iniciais. A partir de então, adotamos uma amostragem por interesse para selecionar dois perfis de produtores de conteúdos políticos no *TikTok* (@transdedireita.sp4 e @pastorreesquerda) que desafiassem estereótipos. Com os dados obtidos, aplicamos ferramentas da Análise de Conteúdo fundamentada nos conceitos de Bardin (1977), combinada com o referencial teórico dos estudos de linguagem e mídia, bem como com o diálogo com o campo das ciências políticas. Diante do crescimento da plataforma, que se tornou a rede social de marca mais valiosa do mundo e de sua utilização como ferramenta de divulgação de conteúdo político, a pesquisa mostrou-se relevante à medida em que poucos registros de estudos científicos foram até agora localizados a respeito da inserção do aplicativo em cenário de polarização. Nesse sentido, o trabalho desenvolvido contribui para uma melhor compreensão da pertinência ou não desta rede social – e dos interesses mercantis que sustentam as chamadas *big techs* – no campo político e na sociedade em geral.

**Palavras-chave:** Midiática; política; polarização; redes sociais digitais; *TikTok*.

## ABSTRACT

The social network TikTok, launched in 2016 as Douyin in China, is one of the informational tools that contribute to consolidating the process of mediatization of politics and political actors in the contemporary landscape. Mediatization can be understood as the adoption of strategies, resources, and languages by social actors who seek to optimize communication with their audiences through the application of a media logic. Considering the polarized scenario that divides adversaries into binary groups and the recent history of political activism on social media, it was observed that expressions such as “traditional family,” “economic freedom,” and “Christian values” are associated with conservative posts, while terms like “social justice,” “racial equality,” and “anticapitalism” emerge in progressive-focused publications. Additionally, media strategies such as the use of memes, hashtags, and ideological symbols are frequently employed by political actors to position themselves on one side of the ideological and partisan spectrum. As part of the research strategy, two TikTok accounts were created: one aimed at receiving right-wing content and the other left-wing content. This approach allowed the observation of how the algorithm adapts content based on user behavior but also demonstrated that by diversifying hashtags, it is possible to “break” the algorithmic bubbles and access content outside initial preferences. From this point, an interest-based sampling method was used to select two political content producers’ profiles on TikTok (@transdedireita.sp4 and @pastordeesquerda) that challenge stereotypes. With the data obtained, Content Analysis tools based on Bardin’s concepts (1977) were applied, combined with theoretical references from language, media, and art studies, as well as dialogue with political science. Given the platform’s growth, which has become the most valuable social media brand in the world, and its use as a tool for disseminating political content, this research is relevant since few scientific studies have been found concerning the app’s insertion in a polarized scenario. In this sense, the work developed contributes to a better understanding of the relevance of this social network – and the commercial interests behind the big techs – in the political field and society in general.

**Keywords:** Mediatization; policy; polarization; digital social networks; TikTok.

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABERT - Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão

ABMD - Associação Brasileira de Mídia Digital

AJOR - Associação de Jornalismo Digital

ALEPE - Assembleia Legislativa do Estado de Pernambuco

ALESP - Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo

ALN - Ação Libertadora Nacional

ANER - Associação Nacional de Editores de Revistas

ANJ - Associação Nacional de Jornais

ANTRA - Associação Nacional de Travestis e Transexuais do Brasil

ARPANET - Advanced Research Projects Agency Network

BNDES - Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social

CBO - Classificação Brasileira de Ocupações

CERN - Organização Europeia para Investigação Nuclear

CGI.br - Comitê Gestor da Internet no Brasil

CID - Classificação Internacional de Doenças

CLT - Consolidação das Leis de Trabalho

CNV - Comissão Nacional da Verdade

Cs - Cidadãos

DARPA - Defense Advanced Research Projects Agency

DIP - Departamento de Imprensa e Propaganda

DOI-CODI - Centro de Operações de Defesa Interna

EZLN - Exército Zapatista de Libertação Nacional

FHC - Fernando Henrique Cardoso

ILGA - International Lesbian and Gay Association

LGBTQIAPN+ - Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transgêneros, Queer, Intersexuais, Assexuais, Pansexuais, Não-binários e outras identidades

MBL Movimento Brasil Livre

MDB - Movimento Democrático Brasileiro

MR-8 - Movimento Revolucionário Oito de Outubro

MTE - Ministério do Trabalho e Emprego

MTST Movimento dos Trabalhadores Sem-Teto

NSF - National Science Foundation  
NSFNET - National Science Foundation Network  
NTICs - Novas Tecnologias da Comunicação e Informação  
ONU - Organização das Nações Unidas  
PCB - Partido Comunista Brasileiro  
PCC - Partido Comunista Cubano  
PCO - Partido das Causas Operárias  
PDT Partido Democrático Trabalhista  
PL - Partido Liberal  
PP - Partido Popular  
PP - Progressistas  
PRB - Partido Republicano Brasileiro  
PRP - Republicano Progressista  
PRTB - Partido Renovador Trabalhista Brasileiro  
PSB - Partido Socialista Brasileiro  
PSC - Partido Social Cristão  
PSD - Partido Social Democrático  
PSDB - Partido da Social Democracia Brasileira  
PSOE - Partido Socialista Operário Espanhol  
PSOL - Partido Socialismo e Liberdade  
PSTU - Partido Socialista dos Trabalhadores Unificado  
PTB - Partido Trabalhista Brasileiro  
SMADS - Secretaria Municipal de Assistência e Desenvolvimento Social  
STF - Supremo Tribunal Federal  
SUS - Sistema Único de Saúde  
TEA - Transtorno do Espectro Autista  
TFP - Sociedade Brasileira de Defesa da Tradição, Família e Propriedade  
TICs - Tecnologias da Informação e Comunicação  
TSE - Tribunal Superior Eleitoral  
UFSCar - Universidade Federal de São Carlos  
UJC - União da Juventude Comunista  
URSS - União das Repúblicas Socialistas Soviéticas  
WWW - World Wide Web

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Print de tela feito a partir do resultado com a palavra “esquerda”.....	74
Figura 2 – Print de tela feito a partir do resultado com a palavra “direita”.....	74
Figuras 3 e 4 – Print de tela da aba “perfil” no TikTok.....	75
Figura 5 – Print de tela da opção de compartilhamento.....	76
Figuras 6 e 7 – Recortes dos perfis de André Janones e Eduardo Bolsonaro no Twitter.....	83
Figura 8 – Perfil de Nayib Bukele no Instagram.....	86
Figura 9 – Nikolas Ferreira veste peruca na Câmara e ironiza mulheres trans.....	87
Figura 10 – Nikolas Ferreira exhibe fuzil recebido como presente de Natal.....	87
Figura 11 – Print de vídeo do prefeito João Campos dançando.....	89
Figura 12 – Print de tela com hashtags #esquerda e #direita.....	90
Figura 13 – Perfil @transdedireita.sp4.....	96
Figura 14 – Encontro com Bolsonaro em 29 de maio de 2024.....	104
Figura 15 – Print de tela com recorte de fala “tá ok”.....	106
Figura 16 – Recortes de comentários no vídeo sobre o Dia da Mulher.....	107
Figura 17 – Ato pela Democracia em 2 de agosto de 2022.....	118
Figura 18 – Símbolos ideológicos e sociais.....	119
Figura 19 – Nikolas Ferreira promovendo campanha de Pavanato.....	121
Quadro 1 – Perfis selecionados para análise.....	94
Gráfico 1 – Perfil da bancada evangélica na Câmara.....	114
Gráfico 2 – Perfil da bancada evangélica no Senado.....	115
Gráfico 3 – Distribuição de categorias no perfil de Zé Barbosa.....	124
Gráfico 4 – Distribuição de categorias no perfil de Suellen Rayanne.....	125

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>18</b>
<b>1. O BINÔMIO ESQUERDA/DIREITA.....</b>	<b>23</b>
1.1. A origem dos termos: uma abordagem histórica e filosófica.....	24
1.2. Esquerda e direita na ciência política.....	28
1.3. Esquerda e direita no senso comum.....	37
1.4. Esquerda, direita e midiaticização da política.....	44
<b>2. AS REDES SOCIAIS DIGITAIS.....</b>	<b>52</b>
2.1. A sociedade organizada em redes.....	53
2.2. Regulação das redes sociais.....	58
2.3. O papel dos algoritmos.....	61
2.4. A construção de bolhas e a vigilância digital.....	69
2.5. A rede social <i>TikTok</i> .....	73
<b>3. PERFIS POLÍTICOS NO TIKTOK.....</b>	<b>82</b>
3.1. Seleção dos atores políticos.....	90
3.2. Suellen Rayanne (“Trans de direita”).....	96
3.3. Zé Barbosa Junior (“Pastor de esquerda”).....	110
3.4. Impacto das publicações.....	121
<b>CONCLUSÕES.....</b>	<b>128</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>134</b>

## Introdução

O avanço da tecnologia nos campos da comunicação e informação provocou grandes mudanças na sociedade. Anteriormente, a comunicação era feita de maneira analógica, entretanto, o desenvolvimento do mundo digital, potencializado pela chegada das redes sociais, possibilitou que mensagens fossem transmitidas rapidamente por meio de dispositivos eletrônicos para vários lugares do mundo sem que houvesse as barreiras existentes na era analógica.

Essas transformações trouxeram consigo o fenômeno da midiaticização, processo no qual as instituições sociais, como a família, a religião e a política, são influenciadas pela presença constante dos meios de comunicação (Hjarvard, 2014). Um dos resultados dessas mudanças é o crescimento exponencial de produtores de conteúdo político das mais diversas orientações nas redes sociais, o que reflete a crescente polarização que se observa na sociedade brasileira. De acordo com Camila Rocha (2018), a polarização no Brasil está fortemente associada ao crescimento de grupos de extrema direita e ao uso da internet como espaço de articulação, ambiente no qual eleitores não apenas discordam ideologicamente do outro, como também expressam hostilidade. Esse fenômeno é exacerbado pelas redes sociais, que atuam como catalisadores de discursos extremados criando divisões mais profundas entre diferentes grupos políticos.

No entanto, é importante destacar que o Brasil não vive uma polarização de fato no sentido clássico do termo, como descrito por cientistas políticos. Embora o discurso sobre polarização seja predominante, uma análise mais profunda revela nuances que diferenciam o contexto brasileiro de um processo polarizado em sua essência. O antagonismo político brasileiro, especialmente entre os grupos que se alinham à Lula (esquerda) ou Bolsonaro (direita), é intenso, mas carece da profundidade e da consolidação estrutural que caracteriza países como os Estados Unidos, onde a polarização política é marcada por duas forças principais, o Partido Democrata e o Partido Republicano, que representam visões ideológicas amplamente distintas e profundamente enraizadas em questões sociais, econômicas e culturais.

Esse modelo é reforçado por um sistema bipartidário consolidado, que restringe o debate político a dois grandes polos desde o século XIX. Além disso, as divisões nos Estados Unidos são historicamente estruturais, envolvendo temas como controle de armas, direitos reprodutivos, imigração e desigualdade racial, que fragmentam a sociedade de forma quase irreconciliável.

No Brasil, por outro lado, o sistema político é caracterizado pela fragmentação partidária e pela volatilidade ideológica dos eleitores, que frequentemente oscilam entre campos políticos opostos de acordo com as circunstâncias. Embora existam tensões políticas significativas, estas são menos estruturadas e mais fluidas, com menor impacto sobre as relações interpessoais e sociais. Assim, enquanto nos Estados Unidos a polarização é enraizada e permanente, no Brasil o que se observa é um antagonismo político que, apesar de intenso, é mais instável e situacional, refletindo um contexto político menos consolidado em termos de divisão ideológica.

Dessa forma, a proposta deste trabalho é analisar as estratégias midiáticas utilizadas pelos atores políticos para se colocarem de um lado ou de outro do espectro ideológico e partidário para obter engajamentos, compreender o papel e a pertinência de redes como o *TikTok* no processo de midiatização da sociedade, e identificar os significados que as expressões “esquerda” e “direita” ganharam junto aos ativistas políticos.

Desde o advento das primeiras plataformas de mídia social, como a *SixDegrees*, o *MySpace* e o *Orkut*, até as gigantes contemporâneas como *Facebook*, *X* (anteriormente *Twitter*), *Instagram* e *TikTok*, o cenário digital tem sido constantemente moldado por novas formas de interação e compartilhamento de informações. O surgimento de cada rede social expandiu ainda mais o espaço para a expressão política online, seja ela feita por pessoas sem vínculo político, pelos próprios candidatos ou através dos partidos. O *X*, por exemplo, com seus limitados 280 caracteres permitidos pela conta gratuita, desafiou atores políticos a se comunicarem de forma sucinta e impactante. Já o *Instagram*, favoreceu o compartilhamento de imagens e vídeos, permitindo uma narrativa visual em torno de questões políticas. O *TikTok*, por sua vez, promoveu uma revolução na forma como a política é abordada e consumida nas redes sociais. Com seu formato de vídeos curtos e um algoritmo envolvente, que passa aos usuários a sensação de poder sobre aquilo que estão vendo, pois o conteúdo é fornecido com base em suas preferências, o *TikTok* cria um ambiente propício para a expressão política na medida em que desafia os padrões convencionais de como a política é discutida e disseminada no ambiente digital.

No entanto, apesar de seu crescente papel na esfera política digital, há uma lacuna significativa de estudos sobre como o *TikTok* está inserido no contexto da polarização política brasileira. Uma pesquisa junto à literatura existente em portais de periódicos, anais de congresso e outras plataformas online de conteúdos acadêmicos nos permitiu observar que poucos registros científicos foram até agora localizados a respeito da inserção do *TikTok* no cenário polarizado brasileiro. O que encontramos se mostrou limitado, em sua maioria, à casos

internacionais de utilização da plataforma para fins políticos, como trabalhos que visaram estudar o contexto eleitoral nos Estados Unidos, Espanha e Equador.

Ciente dessa limitação nos estudos existentes no Brasil, este trabalho contribui para a compreensão de como o *TikTok* está sendo utilizado por diferentes atores políticos, tanto de esquerda quanto de direita, para promover suas agendas, mobilizar apoiadores e influenciar a opinião pública. A pesquisa em questão classifica-se como interdisciplinar, pois combina estudos da linguagem, mídia e ciência política. De caráter exploratório, o procedimento metodológico foi caracterizado como híbrido (Machado, 2010), haja vista que associamos diferentes métodos de investigação, como tradicionalmente já ocorre em estudos da área interdisciplinar.

Quanto à natureza da pesquisa, classificamos-a como qualitativa, pois buscamos entender as razões e não, necessariamente, seus aspectos quantificadores. Por pesquisa qualitativa compreende-se a adoção de uma abordagem de caráter subjetivo acerca do comportamento humano e dos fenômenos sociais. Segundo Denzin e Lincoln (2006, p. 17), a pesquisa qualitativa localiza o observador no mundo e permite que ele compreenda o fenômeno investigado por meio de práticas materiais e interpretativas. Para esses autores,

[...] essas práticas transformam o mundo em uma série de representações, incluindo as notas de campo, as entrevistas, as conversas, as fotografias, as gravações e os lembretes. Nesse nível, a pesquisa qualitativa envolve uma abordagem naturalista, interpretativa do mundo, o que significa que seus pesquisadores estudam as coisas em seus cenários naturais, tentando entender, ou interpretar, os fenômenos em termos dos significados que as pessoas a eles conferem (Denzin; Lincoln, 2006, p. 17).

Ou seja, diferentemente da pesquisa quantitativa, que recorre à linguagem matemática e prioriza a quantificação dos dados, a abordagem qualitativa se preocupa mais com a descrição e qualidade do processo, de modo a compreender os detalhes das informações obtidas, suas complexidades e tendências de pensamento.

Como convém a toda pesquisa, partimos de um levantamento bibliográfico, primeiro passo em qualquer tipo de pesquisa científica (Macedo, 1994, p. 13). Para tanto, realizamos o estado da arte com o objetivo de obter um embasamento teórico maior a respeito do que já havia sido estudado sobre o tema, assim evitando possíveis repetições (Fonseca, 2002, p. 32). As buscas se concentraram na base de dados científicos Google Acadêmico, que possui uma enorme gama de artigos, dissertações, teses e livros. Inicialmente, identificamos a palavra-

chave “Eleições políticas no *TikTok*” como sendo de fundamental importância para aquilo que estaríamos buscando.

Em razão da abundância de materiais disponíveis sobre o assunto, o que dificultaria alcançar os conteúdos que fossem mais relevantes para o trabalho, adotamos os seguintes critérios de busca: 1) artigos publicados no período de 2020 a 2023, seleção esta que se justifica pelo crescimento da plataforma durante o período de isolamento social; 2) ordenados por relevância; 3) em qualquer idioma produzido, pois o objetivo é identificar pessoas de várias partes do mundo que estão produzindo conteúdo acadêmico sobre o *TikTok*; 4) selecionando o formato como “qualquer tipo”; 5) e desabilitando as opções de citações e patentes.

Optamos, ainda, por selecionar o período de 2022 a 2023 e páginas em português para procurar por “Polarização política e redes sociais”, a fim de compreender o que de mais recente está sendo produzido no ambiente acadêmico a respeito do potencial político de todas as redes sociais no Brasil, após as eleições conturbadas de 2022. O processo de coleta dos materiais que nos chamavam a atenção e que necessitavam de uma leitura mais profunda para determinar se seriam ou não utilizados para o estudo, foi realizada de 7 a 11 de agosto de 2023.

Já os meses seguintes, entre setembro e novembro, foram reservados à análise do corpus levantado a respeito do estado da arte, tipo de pesquisa que consiste em um levantamento bibliográfico e que não se trata de produzir uma redundância, pois não tem o objetivo de repetir o que foi dito e escrito, mas sim de propor um novo enfoque ou abordagem diante do olhar sobre o que já foi estudado, sem que haja a pretensão de esgotar o que se tem disponível sobre a temática (Pádua, 1996, p. 42). Segundo Brandão (1986, p. 7), realizar estudos do estado da arte é usual na literatura científica americana e tem como objetivo levantar informações do que já se conhece sobre determinado assunto.

Com o intuito de avaliar se a entrega dos conteúdos por meio dos algoritmos confunde ou não o usuário dentro da plataforma, foram criadas duas contas no *TikTok*, sendo uma voltada para conteúdos de direita e outra, de esquerda. Para a criação dessas contas, a plataforma solicitou e-mail ou telefone. Como criamos duas contas, em uma ingressamos com o e-mail e em outra com o número de celular. É possível também que o usuário entre usando sua conta no *Facebook* e na *Google*. O *TikTok* solicita, ainda, a data de nascimento, com o intuito de impedir que menores de idade ingressem na rede. Fizemos o teste de inserir uma idade inferior a 13 anos e a seguinte mensagem apareceu na tela: “parece que você não se qualifica para o *TikTok*...mas agradecemos por nos visitar!”. Apesar disso, a plataforma não impede que um menor modifique sua data de nascimento para que a entrada seja liberada. Posteriormente, um código foi enviado para o smartphone e tivemos as contas criadas.

A criação das duas contas nos permitiu separar os conteúdos de direita e de esquerda, fazendo com que o algoritmo da plataforma entendesse aquilo que gostaríamos de ver em cada uma dessas contas. Todos os dias essas duas contas eram abertas para que houvesse uma interação com perfis dos dois lados do espectro político. Houve uma preocupação de nossa parte em assistir os vídeos até o final e engajar através de curtidas até que o algoritmo compreendesse qual era o conteúdo de nosso interesse e passasse a nos entregar mais.

Apesar do excesso de conteúdo em alguns perfis, outros mostraram baixa atividade no *TikTok* após a eleição de 2022. Além disso, notamos uma repetição de conteúdo. Por essas razões, decidimos reduzir nossa análise de 10 perfis para apenas dois. Essa escolha permitiu um estudo mais aprofundado e que aproveitássemos o engajamento observado durante as eleições municipais.

A escolha destes perfis foi feita de forma intencional e nos atentamos aos discursos utilizados por eles, seus significados e os elementos que os compõem, como os cenários, as vestimentas e as expressões faciais e gestuais. Posteriormente, fizemos uma análise qualitativa dos resultados, identificando possíveis incongruências, e os aplicamos aos ferramentais da Análise de Conteúdo, fundamentada nos conceitos de Bardin (1977) e Franco (2012). Entendemos que este recorte foi fundamental para as etapas de exploração do material, criação de categorias e aplicação de inferências. A partir da análise do conjunto de conteúdos observados, foram feitas inferências com base nas manifestações apresentadas por esses perfis. Mais detalhes sobre como a análise dos vídeos foi realizada serão apresentados no capítulo 3.

Ao preencher a lacuna de pesquisa que mencionamos no início, esperamos contribuir para uma compreensão mais aprofundada dos impactos do *TikTok* no cenário político brasileiro, bem como para o desenvolvimento de estratégias mais eficazes de engajamento cívico e combate à desinformação nas redes sociais. Além disso, é possível identificar padrões de comportamento e tendências de conteúdo que podem ser aproveitadas para promover uma discussão política mais construtiva e informatizada, o que inclui entender como certos tipos de conteúdo são privilegiados ou amplificados pelo algoritmo da plataforma em detrimento de outros.

## 1. O binômio esquerda/direita

Neste capítulo, apresentaremos os contextos histórico e filosófico que contribuíram para a construção dos conceitos direita e esquerda ao longo do tempo, com o intuito de pontuar acerca da origem dessa divisão dualista que permeia a sociedade contemporânea, particularmente no Brasil, nos últimos anos. Esse levantamento foi possível graças aos estudos de pensadores como Hobsbawm (1986; 2015), Bobbio (2011) e Marx e Engels (1998), essenciais à nossa investigação.

Na segunda sessão do presente capítulo, veremos que não é possível separar a esfera política em somente dois espectros, haja visto que não existe uma homogeneidade sobre o tema quando analisamos as vertentes econômica, política e social. Nosso esforço de pesquisa permitirá uma reflexão sobre a recente ascensão de governos extremistas e autoritários em diversos países do mundo, sempre amparados no discurso de “salvadores da pátria”. Para essa abordagem, que contribui com a contextualização da temática ao trazer exemplos recentes para a discussão, foram essenciais os estudos nas áreas da economia e da ciência política, de autores como Friedman (2014), Rothbard (2010), Adam Smith (1996) e Bresser-Pereira (1999; 2006), além de reportagens e artigos de imprensa.

Na terceira sessão, discutiremos a respeito dos discursos utilizados por governos populistas para angariar apoio da população e, sobretudo, a diferença entre o populismo de direita e de esquerda. Ainda nesse tópico, observamos como personagens políticos migram de um lado para o outro do espectro mediante interesse próprio e que esse dualismo, pelo olhar do senso comum, é repleto de uma diversidade de pensamentos, experiências, valores e ideais. Para tanto, nos ancoramos em trabalhos produzidos por Canovan (1999), Mouffe (2014) e Stuart Hall (1998).

Na quarta e última sessão deste primeiro capítulo, destacaremos o impacto da midiaticização no cenário político. Por midiaticização compreende-se o processo comunicacional no qual os atores sociais assumem papel ativo na comunicação, tornando-se independentes dos meios tradicionais de comunicação massiva – diferentemente do que ocorria na sociedade pré-internet. Para tanto, adotamos autores estudiosos da midiaticização, como é o caso de estudiosos como Hjarvard (2014) e Fausto Neto (2008; 2010), e do sociólogo espanhol Manuel Castells (1999), que trabalha o conceito de sociedade organizada em redes. Também recorreremos a Machado e Miskolci (2019), que juntos estudam o papel das redes sociais digitais na polarização política brasileira.

### 1.1. A origem dos termos: uma abordagem histórica e filosófica

Antes de discutirmos se a classificação dos sistemas políticos deve ou não ser baseada no binômio esquerda e direita e se essa conceitualização diádica persiste, de fato, nos tempos atuais, é importante compreendermos a origem desses dois termos na história e na filosofia. Durante a Revolução Francesa, mais precisamente em agosto de 1789, uma assembleia constituinte marcou os rumos políticos da França, pois naquele momento votava-se o poder que deveria ter o rei Luís XVI.

Do lado direito do local onde ocorria a votação estavam os girondinos, grupo político mais conservador. Estes eram leais à Coroa e defendiam a monarquia constitucional, ou seja, eram a favor do poder absoluto do rei. O grupo de girondinos era formado por burgueses moderados, que tinham intenções liberais e praticavam condutas ideológicas. Já do lado esquerdo, sentavam os jacobinos, esses apontados como revolucionários, que lutavam por ideais mais progressistas e representavam o interesse dos trabalhadores. Tanto girondinos quanto jacobinos faziam parte da burguesia, mas esses últimos eram mais radicais e acreditavam que só era possível uma revolução se fosse instaurado o terror (Hobsbawm, 1986, p. 242). Os jacobinos defendiam o fim da monarquia e a transformação da França em uma república, destituindo assim os privilégios do clero e da nobreza e concedendo poder limitado ao rei. Naquela data, a votação foi vencida pela ala da esquerda, que obteve 673 votos contra 325 votos alcançados pela ala da direita. Em setembro de 1792, o rei Luís XVI foi deposto, a monarquia abolida e se estabeleceu a Primeira República na França.

A Revolução Francesa é um dos acontecimentos políticos mais relevantes da história da humanidade na medida em que serviu como um estopim para a universalização dos direitos sociais e das liberdades individuais. A partir de então, uma série de revoluções se desencadeou em toda a Europa visando a derrubada dos sistemas monárquicos absolutistas. De acordo com Hobsbawm (2015), alguns historiadores até nomearam esse período de “era da revolução democrática”, haja vista a agitação política e social que colocou em crise os velhos regimes.

Se por um lado a economia mundial do século XIX teve influência da Revolução Industrial Inglesa, a política e suas correntes ideológicas estão fundamentadas na Revolução Francesa (Hobsbawm, 2015). O historiador britânico, defensor da corrente marxista, aponta que foi a França que apresentou os temas da política liberal e radical-democrática para o mundo, influenciando antigas civilizações que anteriormente eram resistentes aos costumes europeus.

O dualismo político, que sugere a divisão do universo político em partes distintas e que remonta à Revolução Francesa, trata-se de um fato acidental e de uma “banal metáfora espacial,

cuja origem foi inteiramente casual e cuja função tem sido apenas a de dar um nome”, mas que segue até os dias de hoje sem mudar a estrutura original da dicotomia (Bobbio, 2011, p. 83).

Ao longo do século XIX, as noções políticas sobre direita e esquerda foram se tornando cada vez mais evidentes, principalmente através do trabalho seminal do filósofo e economista Karl Marx. Em 1848, junto com Friedrich Engels, ele lançou o *Manifesto Comunista*, obra crítica ao modo de produção capitalista que, na visão dos autores, consiste em uma estrutura desigual de classes, onde a burguesia detém o poder sobre os meios de produção e o proletariado é tratado como objeto de trabalho.

Anos depois, em 1867, Marx escreve o livro *O Capital*, no qual se aprofunda ainda mais no funcionamento do sistema econômico capitalista e define conceitos como luta de classes, meios de produção, mais-valia, materialismo dialético etc. Marx e Engels (1998, p. 40) acreditavam que todas as batalhas ao longo da história escrita eram lutas de classes, porque a estrutura organizacional das populações, mesmo que em diferentes épocas, sempre foi dividida em classes distintas, a exemplo dos períodos da Idade Média e Roma Antiga, entre outras civilizações até os dias de hoje.

O pensamento de Marx influenciou diretamente algumas revoluções, como a Revolução Russa em 1917, que destituiu o sistema czarista depois de 370 anos para a instalação de um Governo Provisório e, posteriormente, a consolidação da União das Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS) sob a liderança do bolchevique Vladimir Lenin, revolucionário russo que defendia a luta armada para chegar ao poder. Influenciado pela teoria marxista, Lenin passou a se aprofundar cada vez mais em teóricos que se amparavam no socialismo.

A partir da Primeira Guerra Mundial (1914-1918) e, principalmente, da Segunda Guerra Mundial (1939-1945), os extremos tanto da direita quanto da esquerda se acentuaram muito por conta da ascensão de ideologias fascistas e nazistas, que se aproximam de certa forma ao flertarem com o totalitarismo, nacionalismo e antiliberalismo. Embora pensemos que esses valores tenham ficado no passado, devemos lembrar que movimentos de extrema-direita têm ganhado evidência nos últimos anos no tabuleiro político de várias nações. Países como a Itália, Polônia e Hungria são, com certa frequência, liderados por governos com viés político extremista de direita. Em 2022, a França passou perto de eleger a ultradireitista Marine Le Pen, que obteve força com seu discurso favorável à pena de morte e de aversão aos imigrantes.

No Brasil, a partir das Jornadas de Junho de 2013 e dos painéis de 2015 foi possível perceber a expansão dos movimentos radicais de direita sob o discurso de uma demanda pelo retorno da ditadura militar e pelo renascimento da Sociedade Brasileira de Defesa da Tradição, Família e Propriedade (TFP) (Chauí, 2016). A ascensão do capitão reformado Jair Bolsonaro à

Presidência da República, em 2018, teve como lema de campanha os dizeres “Deus, Pátria e Família”, o mesmo do movimento integralista brasileiro da década de 1940, o qual se posicionava politicamente à extrema direita, inspirado no fascismo italiano, no integralismo lusitano e também no nazismo alemão.

Com o término da Segunda Guerra Mundial e o início da Guerra Fria (1947-1991), a dualidade entre dois polos ficou ainda mais evidente na geopolítica, o que contribuiu para o cenário polarizado que persiste até hoje. Ao final do conflito político-ideológico, os Estados Unidos, alinhado ao capitalismo, e a União Soviética, de vertente comunista, tornaram-se as duas grandes potências mundiais. É a partir desse momento que há uma ampliação e consolidação das divisões entre direita, frequentemente associada ao capitalismo e a esquerda ao socialismo e comunismo.

De acordo com Silva e Moraes (2019, p. 169), se lá no passado esse dualismo foi usado para diferenciar os moderados dos radicais na política francesa, com o decorrer do tempo “ganhou novos contornos e assumiu as mais diversas formas e significados”. Essa divisão binária persiste até hoje no cenário político cada vez mais polarizado e separado de forma maniqueísta. É como se só existissem dois lados: ou se é “de direita”, ou “de esquerda”. Bobbio (2011) explica que, quando existem dois lados em uma disputa, há uma tendência de as pessoas se alinharem a um dos extremos.

É um comportamento natural, muito mais natural que o de se colocar acima ou abaixo da batalha, como se constata habitualmente nas partidas de futebol. O alinhar-se preenche a necessidade de identificação, a formação de um “nós”: nós de direita, vocês de esquerda, ou vice-versa (Bobbio, 2011, p. 11).

O filósofo e ex-político italiano entende que se posicionar de um lado ou de outro do espectro é antiético e antagônico, haja visto ser empregado somente com o intuito de contrastar ideologias, pensamentos e dividir o universo (Bobbio, 2011, p. 49). Na visão dele, esses termos são excludentes e exaustivos pois não se pode pertencer aos dois ideais ao mesmo tempo. O estudioso pondera que esquerda e direita não significam apenas ideologias, e que “reduzi-las a pura expressão do pensamento ideológico seria uma indevida simplificação” (Bobbio, 2011, p. 51).

Bobbio propõe pensarmos na existência de uma terceira via, chamada pelo pensador de Terceiro Incluído, aquele que busca espaço entre os opostos direita e esquerda, não eliminando um lado ou outro, mas permitindo um novo olhar. Para ele,

[...] o Terceiro Inclusivo tende a ir além dos dois opostos e a englobá-los numa síntese superior, e, portanto, anulando-os enquanto tais: dito de outro modo, ao invés de duas totalidades que se excluem reciprocamente e não são, como a frente e o verso da medalha, visíveis simultaneamente, faz deles duas partes de um todo, de uma totalidade dialética [...] a unidade dialética caracteriza-se por ser o resultado da síntese das duas partes opostas, das quais uma é a afirmação e a outra é a negação; a terceira parte, como negação da negação, é um *quid novum* [o que há de novo] (Bobbio, 2011, p. 56).

Na visão de Bobbio (2011, p. 58), a díade estabelecida na política perdeu seu valor descritivo, uma vez que a sociedade vive sob constantes mudanças e, conseqüentemente, novos problemas políticos estão surgindo. Para o autor, o que existe é uma persistência do modelo dicotômico pois a esquerda enxerga, muitas vezes, o centro como direita “disfarçada” que não pretende se identificar como tal (Bobbio, 2011, p. 55). De maneira similar a esse pensamento de Bobbio foi a corrida eleitoral pela presidência em 2022. Nas redes sociais, quem ousou se colocar contrário a Bolsonaro e contrário a Lula, ou seja, assumindo um papel de neutralidade, foi visto com maus olhos. Isso se estendeu até mesmo às marcas. Em um período acalorado como o que vivenciamos, as empresas e os setores econômicos em geral se viram obrigados a discutir sobre como as decisões do governo podem afetar seu dia a dia. Os consumidores agora estão interessados em saber como as empresas se posicionam em questões como proteção da Amazônia, desmatamento no Pantanal, apoio às pessoas com deficiência e LGBTQIAPN+ (Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transgêneros, Queer, Intersexuais, Assexuais, Pansexuais, Não-binários e outras identidades), redução da pobreza, entre outras.

Bem como Bobbio, Giddens (2000) mostra-se cético em relação ao uso dos termos “direita” e “esquerda” para definir a sociedade moderna que está diante do avanço tecnológico, se ajustando à globalização e valorizando a competitividade, entre outros fenômenos que ocorrem na contemporaneidade e que colocam em jogo essa díade. Por esse motivo, o sociólogo britânico defende a existência da terceira via para solucionar o problema da divisão política maniqueísta nas sociedades contemporâneas, propondo pegar elementos dos dois opostos, no caso direita e esquerda, para elaborar uma síntese entre ambos. De acordo com Giddens (2000, p. 36), para se alcançar a ideia do que se compreende como terceira via é necessário transcender a social-democracia do velho estilo e o neoliberalismo, pois o mundo está em constante transformação. Isso significa adaptar a corrente política social-democrata, que surgiu na Europa na segunda metade do século XIX, ainda bastante ligada ao marxismo e inserida em um outro cenário social, e que tinha como objetivo amenizar as desigualdades. Ao longo do tempo essa corrente foi se firmando como centro-esquerda, pautada em liberdade, igualdade e na emancipação social.

É importante ressaltar que existe uma diferença fundamental entre a concepção de terceira via e o “centrão” que conhecemos hoje na política brasileira. A terceira via é uma alternativa ao confronto entre esquerda e direita, mais voltada para um espaço político que busque conciliar aspectos de ambas as ideologias. Ela busca uma síntese, uma mediação entre os polos tradicionais, priorizando, por exemplo, a justiça social e a liberdade individual. Essa terceira via não se limita a um centro político pragmático, mas sim a uma visão mais construtiva, voltada para o diálogo e para a construção de um caminho que não se restrinja a polarizações ideológicas rígidas. Por outro lado, o centrão é um fenômeno pragmático e oportunista que não se baseia em uma ideologia ou visão de mundo clara, mas sim em alianças que visam, principalmente, a manutenção do poder e a garantia de benefícios políticos, como cargos e acesso a recursos. O centrão se caracteriza por ser volúvel e flexível, alinhando-se com o governo em exercício, seja ele de esquerda ou direita, conforme os interesses momentâneos. A principal motivação desse grupo não é promover uma solução de conciliação ideológica, mas maximizar seu poder político e influência.

## 1.2. Esquerda e direita na ciência política

Compreender os conceitos de direita e esquerda perpassa por três esferas: econômica, política e social. De certa maneira, essas esferas se interrelacionam na prática. Antes de analisarmos o aspecto econômico que a direita prega, é necessário destacar que não existe uma homogeneidade em relação ao tema. A abordagem varia entre vertentes que ainda consideram determinada influência estatal na economia e outras de cunho liberal. A abordagem estatista, cujo um exemplo foi a Alemanha nazista, se apoia em uma orientação em que as decisões econômicas de abertura política ainda se baseiam em influências estatais mesmo que a economia não seja determinada por uma diretriz exclusivamente delineada pelo Estado. Já a libertária, ou neoliberal, é favorável a uma menor regulamentação das empresas por acreditar que, dando maior liberdade econômica para o empresário, irá gerar crescimento econômico, mais empregos e, conseqüentemente, o bem-estar da sociedade (Smith, 1996).

De acordo com o Índice de Liberdade Econômica (*Index of Economic Freedom*), do ano de 2023, organizado pela Heritage Foundation com o *The Wall Street Journal*, atualmente, a Estônia é um dos principais exemplos de países com grande liberdade econômica do mundo (Kim, 2024). Em 1991, quando a União Soviética foi dissolvida, a Estônia se desvinculou do regime socialista, conquistou sua independência e elegeu o libertário Mart Laar como primeiro-ministro, que se ancorava nos ideais do economista Milton Friedman. Nesses dois extremos,

estatal e libertário, é possível citar exemplos recentes no Brasil: o regime militar (1964-1985) e as políticas de Paulo Guedes, ministro da Economia do governo Bolsonaro (2019-2022), respectivamente. Não que houvesse ocorrido total abertura do sistema produtivo, mas sim intervenções significativas no livre funcionamento do mercado, como a abertura ao capital estrangeiro e maior influência de multinacionais na composição do PIB, práticas recorrentes durante as referidas gestões.

Outra questão inerente ao viés de direita é a ideia de que a propriedade privada seja um direito individual e fundamental, previsto na Constituição Federal de 1988. Segundo o economista norte-americano Murray Rothbard (2010, p. 99), a economia de direita defende a ideia de um capitalismo de livre mercado, que consiste em trocas comerciais baseadas na lei da oferta e demanda, pois estas trocas são benéficas e regulatórias, tornando a sociedade mais livre.

Um dos principais expoentes da economia de livre mercado e da intervenção mínima do Estado, Milton Friedman, argumenta em sua obra *Capitalismo e Liberdade* que a liberdade econômica e a liberdade política estão intrinsecamente relacionadas. Para o autor,

[...] a evidência histórica fala de modo unânime da relação existente entre liberdade política e mercado livre. Não conheço nenhum exemplo de uma sociedade que apresentasse grande liberdade política e que também não tivesse usado algo comparável com um mercado livre para organizar a maior parte da atividade econômica (Friedman, 2014).

Ainda no aspecto econômico, a esquerda defende maior intervenção estatal para impulsionar a atividade econômica, uma maior aplicação de impostos sobre os ricos, a redistribuição de renda e a reforma agrária. Bresser-Pereira (2006) lembra que, por anos, a esquerda era contrária à intervenção do Estado pois, para Marx e Engels (1998, p. 12), “o poder executivo do Estado moderno não passa de um comitê para gerenciar os assuntos comuns de toda a burguesia”. O autor pontua que, ao longo da história, foi-se percebendo que o Estado defendia os interesses da sociedade como um todo, não somente da classe dominante (Bresser-Pereira, 2006, p. 27).

Em relação à política, os discursos da direita estão sempre pautados no fortalecimento das forças armadas para resolver conflitos que envolvem a segurança e a ordem nacional. Diferentemente do aspecto econômico, a direita defende uma menor intervenção do Estado na política. Já a esquerda luta por uma maior participação do povo na política, sendo contrária à intervenção militar, salvo algumas exceções em que é preciso arriscar a ordem em nome da justiça (Bresser-Pereira, 2006, p. 26). O autor compreende que “a esquerda se caracteriza por atribuir ao Estado papel ativo na redução da injustiça social ou da desigualdade”, enquanto a

direita, ao perceber que o Estado foi perdendo o controle sobre o tecido social, defende sua intervenção somente com a finalidade de garantir a ordem pública (Bresser-Pereira, 2006, p. 27).

Na vertente social, a esquerda defende políticas públicas favoráveis aos valores coletivos, à igualdade de gênero, aos direitos reprodutivos, como o acesso ao aborto de forma segura, e aos direitos das minorias, como negros, pessoas LGBTQIAPN+ e povos indígenas. Em contrapartida, os ideais de direita são sempre ancorados no individualismo, na liberdade e na defesa dos valores tradicionais e conservadores em temáticas como o casamento, o aborto e os direitos de gênero. Além disso, a direita defende a ideia da meritocracia enquanto organizador do sistema social, por entender que o livre mercado e as trocas voluntárias, sem a interferência estatal, são capazes de oferecer soluções para as injustiças sociais que afetam as referidas minorias.

Tal concepção tem como base as ideias de Adam Smith (1996, p. 436), nas quais o indivíduo numa sociedade capitalista não quer promover o interesse público, mas visa apenas os seus próprios ganhos, se empenhando de forma contínua em encontrar a maneira mais vantajosa de aplicar o capital que possui. Ao dirigir suas atividades de maneira que sua produção seja de maior valor, ele “é levado como que por uma mão invisível a promover um objetivo que não fazia parte de suas intenções” (Smith, 1996, p. 438). Na visão do autor, ao mesmo tempo em que o indivíduo defende seus próprios interesses, ele está correspondendo ao interesse da sociedade.

Bobbio (2011, p. 108) reforça a importância de compreendermos que os termos direita e esquerda são conceitos relativos que representam o “espaço político” e que não podemos defini-los somente com base na ideologia, mas sim considerando que existe um contraste de ideias, interesses e valores. Para o autor, “direita e esquerda não são palavras que designam conteúdos fixados de uma vez para sempre”, podendo sofrer modificações conforme os tempos e as situações (Bobbio, 2011, p. 108).

O economista Bresser-Pereira (1999) endossa os pressupostos de Bobbio (2011) no que diz respeito aos conceitos de esquerda e direita sofrerem alterações mediante a estrutura política de cada país, a postura de cada líder e o surgimento de novos partidos, entre outros fatores que aparecem ao longo da história. Segundo o autor brasileiro, sempre há a possibilidade de se falar “em uma nova esquerda e em uma nova direita, porque a história muda, a economia capitalista passa por transformações aceleradas e as ideologias assumem novas conotações” (Bresser-Pereira, 1999, p. 48). Mota e Forte (2023, p. 262) explicam que não devemos nos limitar

somente às combinações “direita”, “esquerda”, “centro”, “centro-direita”, “centro-esquerda”, “extrema-direita” e “extrema-esquerda”, pois elas seriam

[...] representações mentais para conformar ou delimitar determinados espectros político-ideológicos, normalmente carregando também bandeiras programáticas de natureza econômica e social, especialmente concernentes ao papel do Estado, às políticas sociais, ao intervencionismo na economia, às reformas estruturantes dos sistemas trabalhista, previdenciário, tributário, educacional, dentre outras, e que têm servido à análise teórica e à compreensão das práticas políticas, narrativas e discursos. Compreendê-las requer, em alguma extensão, nos reportarmos a outros parâmetros ideológicos indicativos de conteúdos programáticos, servindo-nos de exemplos: comunismo/socialismo, de espectro de esquerda; liberalismo/neoliberalismo, de espectro de direita; e social-democracia, de espectro intermediário ou “terceira-via” (Mota e Forte, 2023, p. 262).

Com o aumento no número de partidos e o fato de que muitos não se enquadram, na teoria, em apenas duas categorias, outras subdivisões foram ganhando força, como é o caso das vertentes extrema-direita, extrema-esquerda, centro-direita e centro-esquerda. No entanto, Bresser Pereira (1999) acredita que não há espaço para extrema-direita e extrema-esquerda após a derrocada do nazismo e do socialismo de Estado. Por outro lado, o uso dos conceitos de esquerda e direita para definir se um governo é progressista ou conservador, de centro-esquerda ou de centro-direita, “continuam essenciais para o debate político” (Bresser-Pereira, 1999).

Observa-se que, na democracia moderna, há uma luta constante para angariar apoio dos partidos que se intitulam como “de centro”, ou centrão, sejam eles de centro-direita ou centro-esquerda, haja visto que quem ganha o apoio do centro acaba saindo na frente na corrida eleitoral. A título de exemplo, na política brasileira destacam-se enquanto partidos de centro-direita o Progressistas e o Democratas, e de centro-esquerda o Avante e o Solidariedade. Apesar da diferença na nomenclatura, não há diferença entre centro-direita e centro-esquerda, por isso esses partidos conseguem migrar de acordo com a alternâncias de poder (Bobbio, 1999).

Um exemplo do fenômeno foi a divisão, por parte do chamado centrão, diante da acirrada disputa presidencial entre Luís Inácio Lula da Silva e Jair Bolsonaro. Cinco legendas que estiveram ao lado de Lula em seus dois primeiros mandatos (2003-2011) passaram a apoiar Bolsonaro: Partido Liberal (PL), Progressistas (PP), Republicanos, Partido Social Cristão (PSC) e Partido Trabalhista Brasileiro (PTB). A controvérsia de ideias e a facilidade de migração de um lado para o outro do espectro político pode ser observada pelo fato de que o deputado federal e presidente da Câmara, Arthur Lira (PP), que nas eleições de 2022 apoiou Bolsonaro, no passado foi aliado do governo da ex-presidente Dilma Roussef (PT). Do lado da esquerda

também é possível identificar esse deslocamento dos partidos de centrão entre situação (governo atual) e oposição. Ao lado de Lula, na eleição de 2022, estavam Omar Aziz, do Partido Social Democrático (PSD) e Paulinho da Força (Solidariedade), ambos que votaram a favor do *impeachment* de Dilma em 2016 (Centrão, 2022).

No caso das vertentes extrema-direita e extrema-esquerda, é importante destacar que ambas, como o próprio nome já diz, defendem posições políticas extremistas. Esses ideais, assim com os anteriores aqui já discutidos, também se alteram de acordo com o governo eleito para cada país. Dessa forma, é prudente adotar o uso da terminologia “governo de” e não “país de”. Nos últimos anos estamos vivenciando uma expansão de movimentos neofascistas no mundo todo, inclusive no Brasil. Algumas características desses perfis é que são explicitamente antissocialistas e anticomunistas; apoiam-se na ideia de que há um momento de crise e que, por conta disso, seria necessário recuperar o orgulho nacional; defendem a ideia de que o passado – no caso do Brasil, a ditadura militar – foi algo positivo e que precisa ser resgatado; e são contrários aos processos democráticos, ao passo em que fazem ataques à instâncias superiores, violam a liberdade de expressão de quem exerce críticas e acusam o processo eleitoral de fraude (Ross, 2016).

A trajetória de Jair Bolsonaro enquanto presidente do Brasil foi marcada por todos esses ideais que caracterizam o neofascismo. Tanto na vitória eleitoral de 2018 quanto na derrota para Lula em 2022, o ex-militar se apoderou da bandeira brasileira sob a justificativa de que as pessoas alinhadas à esquerda rasgavam e queimavam o que seria o símbolo do nosso país, e que o pavilhão da esquerda seria vermelho, com uma foice e um martelo – fazendo alusão à representação do comunismo. Em participação nas redes sociais, Bolsonaro chegou a dizer que a bandeira brasileira pertence apenas às pessoas do bem, que são contrárias às drogas e à ideologia de gênero (Soares, 2022).

Enquanto esteve no poder, em diversos momentos Bolsonaro e seus apoiadores defenderam ditadores militares, celebraram o aniversário do golpe de 64, ironizaram mortos e torturados, e chamaram de “progresso” um dos períodos mais bárbaros da história brasileira que, segundo a Comissão Nacional da Verdade (CNV), foi responsável por ao menos 434 assassinatos e desaparecimentos de adversários políticos (Magri, 2022). Ainda como deputado federal pelo Rio de Janeiro (1991-2019), Bolsonaro votou a favor do *impeachment* de Dilma Roussef e prestou homenagem ao coronel Carlos Alberto Brilhante Ustra, chamando-o de “o pavor de Dilma Roussef”, por ter comandado sessões de tortura contra a ex-presidente, presa durante a ditadura (Bolsonaro, 2019). Ustra chefiou o Centro de Operações de Defesa Interna

(DOI-CODI), órgão de repressão e inteligência do governo brasileiro durante o regime militar, de 1970 a 1974, sendo responsável por casos de tortura e sumiço de presos políticos.

Personagens políticos que fizeram parte da cúpula do governo Bolsonaro, como o vice-presidente Hamilton Mourão e o então ministro da Defesa, Braga Netto, também propagavam palavras em favor do regime militar. Em 2022, o general Mourão ironizou as provas de uso de tortura por parte dos agentes de estado ao questionar se o reconhecimento iria trazer de volta os mortos da ditadura. Já Braga Netto disse que o período entre 1964 e 1985 foi apenas um “regime forte”. Ainda no mesmo ano, a declaração do filho do presidente e deputado federal, Eduardo Bolsonaro, também foi alvo de polêmicas na rede social *Twitter*. Eduardo usou sua conta pessoal para debochar da tortura sofrida pela jornalista Miriam Leitão que, aos 19 anos e grávida de seu primeiro filho, foi colocada nua em uma sala escura com uma cobra, dizendo ter pena do animal (Magri, 2022).

Outros exemplos de governos de extrema-direita na atualidade são os de Viktor Órban, na Hungria, e de Recep Erdogan, na Turquia. O líder nacionalista húngaro é uma das referências para as políticas de direita, sendo inspiração para Bolsonaro e Donald Trump (Por que, 2022). Órban assumiu o cargo de primeiro-ministro em 2010 e pratica um governo autocrático no país, isto é, um poder ilimitado e absoluto, mas com eleições regulares para manter a aparência democrática. O político é conhecido no mundo todo por conduzir um regime reacionário e nacionalista, que persegue e censura opositores localizados na imprensa e nas universidades que promovem estudos de gênero. Defensor assíduo da pureza étnica de seu país, Órban é responsável por promover ataques a imigrantes, afirmando em diversas oportunidades que seu povo “não é e não quer se tornar mestiço” (Cohen, 2022), algo similar ao que ocorreu no período nazista, quando Hitler disseminava a ideia de que o povo alemão pertencia a uma raça superior a todas as outras, a raça ariana.

Na mesma linha política de Órban está Erdogan, líder que governa a Turquia desde 2002, no início como primeiro-ministro (2003-2014) e, posteriormente, como presidente (2014-2028). A passagem de Erdogan já superou Mustafa Kemal Atatürk, líder militar e fundador da República da Turquia, antes pertencente ao Império Otomano. Seu regime “conservador”, que já dura mais de duas décadas, também é marcado por restrições à liberdade de imprensa e expressão, além de polêmicas envolvendo os judeus de Israel. Há quem considera o presidente turco um antissemita, em razão de suas declarações chamando o país de “Estado terrorista”, e de seu posicionamento em defesa dos palestinos da Faixa de Gaza (EUA, 2021). Entre os apoiadores da ala religiosa, Erdogan é visto como um político que cumpre e respeita as tradições da família turca e que sai em defesa dos valores islâmicos, questionando muitas vezes as

estruturas laicas, o que o distancia dos preceitos deixados por Atatürk. Desde 2019, quando comprou do mandatário Wladimir Putin um sistema de mísseis de defesa aérea, o presidente turco tem aprofundado ainda mais a relação com a Rússia, ignorando as sanções impostas pelos Estados Unidos, aliado da Organização do Tratado do Atlântico Norte (OTAN) (EUA, 2020).

A ascensão de presidentes com vieses extremistas dá-se, em grande parte, por conta da insatisfação da população com governos anteriores. Exemplos recentes ocorreram no Brasil e nos Estados Unidos. Para vencer as eleições brasileiras de 2018, Bolsonaro “surfou na onda” da má impressão deixada pelo PT nos últimos anos, como a da prisão de Lula por crimes de corrupção passiva e lavagem de dinheiro. Outro que se aproveitou da fragilidade adversária foi Donald Trump (2017-2021), que adotou um discurso de política protecionista e ultranacionalista, prometendo resgatar o orgulho nacional e alavancar a política externa. Com ele, o país viu a possibilidade de se reerguer enquanto potência depois dos governos conturbados de George W. Bush (2001 – 2009), cuja presidência foi marcada por ataques terroristas, e Barack Obama (2009 – 2017), acusado de escândalos de espionagem (Obama, 2014).

Em entrevista ao jornal *O Globo*, em agosto de 2023, o cientista político holandês e professor da Universidade da Geórgia (EUA), Cas Mudde, explicou que – para líderes como Bolsonaro – a esquerda, grupos LGBTQIAPN+, feministas, antirracistas e comunistas são ameaças tão grande para a sociedade quanto o crime de rua. Autor do livro *A extrema direita hoje*, Cas estuda o comportamento de movimentos extremistas desde o fim dos anos 1980 e acredita existirem dois modelos de direita: a radical, que defende a soberania popular e se opõe aos direitos das minorias e à separação de poderes; e a extremista, a qual “rejeita a soberania popular e o sistema majoritário” (Balbino, 2023). Paxton (2007) define a extrema-direita como sendo

[...] uma forma de comportamento político marcada por uma preocupação obsessiva com a decadência e a humilhação da comunidade, vista como vítima, e por cultos compensatórios da unidade, da energia e da pureza, nas quais um partido de base popular formado por militantes nacionalistas engajados, operando em cooperação desconfortável, mas eficaz com as elites tradicionais, repudia as liberdades democráticas e passa a perseguir objetivos de limpeza étnica e expansão externa por meio de uma violência redentora e sem estar submetido a restrições éticas ou legais de qualquer natureza (Paxton, 2007, p. 358).

Nos últimos anos, temos observado que ataques contra espaços simbólicos da democracia são cada vez mais frequentes. Muitos deles, praticados por adeptos da extrema

direita e incitados por líderes políticos. Após a derrota de Donald Trump para Joe Biden nas eleições presidenciais de 2020, apoiadores do líder republicano – convocados por ele mesmo – invadiram o Capitólio, sede do Congresso dos EUA e principal representação de poder do país, a fim de protestar contra o resultado das urnas, alegando ter havido fraude. O ataque ao Capitólio foi organizado por um grupo chamado de Proud Boys, composto somente por homens brancos que se utilizam das cores preto e amarelo e sustentam uma retórica nacionalista, anti-islâmica e misógina na *deep web*, onde estão todas as páginas da web que os mecanismos de busca não conseguem identificar. Em 2023, alguns líderes do grupo foram condenados, mas Trump a todo momento defendia seus aliados, dizendo que “alguém tinha que fazer alguma coisa para impedir a esquerda” (Laborde, 2020).

Também contrários à vitória de Lula, bolsonaristas antidemocráticos invadiram os prédios dos três Poderes – Congresso Nacional, Palácio do Planalto e Supremo Tribunal Federal (STF) –, quebraram vidros, destruíram obras de arte, móveis e provocaram um incêndio. O que chamou a atenção e deixou muita obscuridade foi a conduta da Polícia Militar do Distrito Federal (DF), cujos membros conversavam com manifestantes e tiravam fotos da invasão no momento em que os vândalos radicais rumavam em direção à rampa do Planalto para destruir os espaços públicos (Ferreira e Galvão, 2023), ação esta que demonstra conivência diante do ato.

No contexto dos atos de 8 de janeiro, análises apontam que o ex-presidente Jair Bolsonaro desempenhou um papel significativo ao criar um ambiente propício para a radicalização. Durante seu governo e no período que antecedeu sua tentativa de reeleição, Bolsonaro fez reiteradas críticas ao sistema eleitoral brasileiro, alegando, sem evidências, que as urnas eletrônicas eram inseguras e não auditáveis, além de defender o retorno do voto impresso. Ele também introduziu uma postura confrontadora em relação ao STF, com declarações que incluíam ataques pessoais a ministros. Outro episódio que contribuiu para esse cenário foi a atuação da Polícia Rodoviária Federal (PRF) no segundo turno das eleições de 2022. Sob a direção de Silvinei Vasques, nomeado por Bolsonaro e declarado apoiador do ex-presidente, a PRF intensificou fiscalizações em rodovias, o que gerou atrasos e dificultou a movimentação de reuniões, levantando preocupações sobre uma possível interferência no processo eleitoral. Esses eventos somados refletem ações e discursos que podem ter fomentado a polarização e o clima de insatisfação que culminaram nos ataques ao sistema democrático brasileiro.

Além dos dois exemplos extremistas – bolsonarismo e trumpismo – que podemos classificar como quadros de violência pública, destacamos a forma como a extrema-direita tem

conduzido pautas fundamentais a serem debatidas na sociedade. É o caso do *Black Lives Matter* (“Vidas Negras Importam”), movimento ativista que surgiu nos EUA em 2013 e que foi se expandindo pelo mundo com o intuito de lutar contra a discriminação, desigualdade racial e violência policial, mas que Trump considerava ser um movimento violento contra agentes do Estado, narrativa totalmente sem provas (Venaglia, 2020).

Apesar do crescente avanço da extrema-direita, a extrema-esquerda também se fez presente ao longo da história. Há diferentes vertentes da extrema-esquerda, mas, no geral, todas enxergam o processo eleitoral como um plano secundário, entendendo ser importante para o funcionamento da democracia, mas insuficiente se comparado à ação direta através de greves e ocupações de fábricas e terras (Conceição, 1999, p. 20). A extrema-esquerda “massista”, ou “esquerda desarmada”, como intitula Conceição, é inspirada nos ideais de Trotsky, principal opositor ao stalinismo na revolução soviética. Outra extrema-esquerda é a chamada “militarista”, fundamentada no guevarismo e no maoísmo. No Brasil, alguns exemplos dessa vertente lutaram contra a ditadura militar, que vigorou entre 1964 e 1985. É o caso do Movimento Revolucionário Oito de Outubro (MR-8), grupo de universitários filiados ao Partido Comunista Brasileiro (PCB), e da Ação Libertadora Nacional (ALN), liderada pelo guerrilheiro baiano Carlos Marighella (Conceição, 1999, p. 11).

De acordo com o autor, a extrema-esquerda brasileira está ancorada no viés “massista” e representada por dois partidos socialistas: o Partido das Causas Operárias (PCO) e o Partido Socialista dos Trabalhadores Unificado (PSTU), organizações que foram expulsas do PT em 1990 e 1992, respectivamente (Conceição, 1999, p. 11).

Atualmente, países como Cuba e Venezuela, liderados respectivamente por Miguel Díaz-Canel e Nicolás Maduro, são os que mais se aproximam da extrema-esquerda. O país caribenho conquistou sua independência da Espanha em 1898, após a Guerra Hispano-Americana, com forte influência dos Estados Unidos, que tinham interesses econômicos na ilha devido à sua produção de açúcar e localização geográfica estratégica.

Após a independência, Cuba se tornou dependente da economia norte-americana, especialmente sob o governo de Fulgêncio Batista, ditador de 1952 a 1959, que fugiu após o avanço dos guerrilheiros da Revolução Cubana, liderados por Fidel Castro e Che Guevara. Embora a dependência econômica tenha começado após a independência cubana, ela se tornou mais evidente e problemática após a Revolução de 1959, quando os Estados Unidos impuseram um embargo comercial a Cuba em resposta à nacionalização de propriedades americanas. Inicialmente, o embargo limitou exportações de petróleo e produtos para Cuba, mas, em 1962, foi ampliado para um bloqueio econômico total. Essa ação visava isolar Cuba e pressionar o

governo comunista, resultando em severas dificuldades econômicas para a ilha. Em 2018, Cuba elegeu, depois de 60 anos de hegemonia da família Castro, um presidente com outro sobrenome. Trata-se de Miguel Díaz-Canel, do Partido Comunista Cubano (PCC), que sucede Raúl Castro, aposentado em 2021 (Yanakiew, 2018).

Outro país que atualmente se aproxima do viés de extrema-esquerda é a Venezuela. Desde 2013 o país é governado pelo polêmico Nicolás Maduro, apontado como responsável por problemas econômicos locais, como o aumento da taxa de desemprego, hiperinflação e escassez de alimentos, além de ser acusado de corrupção e envolvimento com o tráfico de drogas. Um relatório da Organização das Nações Unidas (ONU) divulgado em setembro de 2022 indica que o governo de Maduro comete crimes contra a humanidade usando técnicas de espancamento, descargas elétricas e asfixia contra opositores e ativistas sociais (ONU, 2022). Maduro assumiu a presidência após a morte de Hugo Chávez, mas sua relação com a militância esquerdista e os movimentos trabalhistas começou muito antes, ainda na escola, por influência de seu pai.

O presidente Lula possui um histórico de laços estreitos com políticas de esquerda, como são os casos de Cuba e Venezuela. Na ilha caribenha, o governante brasileiro tem uma relação bastante próxima e de longa data com a família Castro, em especial com Fidel (1976-2008), de quem era amigo desde 1980. Com a Venezuela a situação é a mesma. A amizade, primeiramente com Hugo Chávez e, posteriormente, com Nicolás Maduro, já ultrapassou as barreiras do tempo (Entenda, 2021). Durante o governo anterior de Lula e Dilma, o Brasil chegou a emprestar dinheiro aos dois países via Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES). Segundo dados disponíveis no site do banco estatal, juntos, os países devem ao Brasil US\$ 529 milhões – sendo US\$ 407 milhões de Cuba e US\$ 122 milhões da Venezuela (Landim, 2023).

Os líderes aqui citados, como Jair Bolsonaro, Donald Trump, Viktor Órban, Recep Erdogan, Miguel Díaz-Canel e Nicolás Maduro, são exemplos claros de políticos que adotam o populismo como estratégia para angariar a simpatia de seus compatriotas. Normalmente ancorados no discurso de “salvadores da pátria”, essas lideranças buscam estabelecer vínculo emocional com a sociedade. Se no passado os governos populistas eram vistos como algo positivo, pois atenderiam às necessidades da população, com o passar do tempo a visão de um líder carismático e que governa para o povo foi se modificando.

### **1.3. Esquerda e direita no senso comum**

O modo de pensar e o dualismo político entre direita e esquerda, com base no senso comum, segue a mesma linha do que já debatemos anteriormente sobre os aspectos econômicos, políticos e sociais. Entretanto, o que podemos observar é que, olhar para o senso comum significa – comumente – compreender o que grande parte das pessoas pensam e, ao tentarmos dialogar com sujeitos que se constroem de diferentes maneiras a partir de suas vivências, experiências individuais, cultura e valores, é importante que estejamos preparados para uma variação de pensamentos acerca de cada espectro.

A fim de compreender como governos populistas se comportam diante da sociedade, propomos separar a discussão em populismo de direita e populismo de esquerda. Há também casos de líderes populistas que não se identificam com a direita ou esquerda, e nem mesmo com o centro, como Getúlio Vargas (1930-1945), o grande símbolo do populismo brasileiro.

Ainda que não seja nosso objetivo revisar conceitos de populismo, para compreender seu funcionamento é de fundamental importância recorrer a autores que sustentam essa temática, haja vista a complexidade do tema. Para tanto, vamos utilizar a definição da pesquisadora inglesa Margaret Canovan (1999), especialista em teoria política, por entendermos ser a que melhor atende ao debate em que queremos chegar. A autora entende o populismo como “a sombra de democracia”, ou seja, ao mesmo tempo em que é consequência da democracia, pode ser também um risco. Nas sociedades democráticas modernas, o populismo pode ser definido como um apelo ao povo que se constrói de cima para baixo, partindo do líder para alcançar os liderados, desafiando não somente detentores de poder político e econômico, mas também formadores de opinião, como acadêmicos e celebridades da mídia (Canovan, 1999, p. 3).

Conhecido como o “pai dos pobres” por ter implantado direitos trabalhistas, como o salário mínimo, a Consolidação das Leis de Trabalho (CLT) e as férias remuneradas, Getúlio tinha personalidade forte, autoritária e centralizava todo o poder nele próprio. Seu governo foi dividido em três fases: Governo Provisório, Governo Constitucional e Estado Novo, sendo este último o que mais se aproximou do fascismo em razão de suas falas direcionadas a conter a “ameaça comunista”. Outra característica inerente ao seu governo foi o uso da propaganda política em benefício próprio. Durante o Estado Novo foi criado o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), órgão responsável pela propaganda oficial do governo e por censurar informações contrárias ao mandatário, semelhante às práticas de censura do regime nazista na Alemanha. Entretanto, é importante frisar que, apesar de ambos os casos serem exemplos de censura, o contexto histórico e ideológico é distinto. Enquanto o nazismo promoveu uma

ideologia racial extremista, o governo de Vargas focou na promoção do nacionalismo e da centralização do poder, sem necessariamente adotar as mesmas bases ideológicas de exclusão.

Braço direito de Hitler, o ministro da Propaganda, Joseph Goebbels, era o responsável por produzir filmes mostrando ao povo alemão que, com o Partido Nazista no poder, o país se tornaria mais próspero e feliz. Para tanto, seria necessário perseguir os judeus para alcançar a higienização étnica, já que estes não tinham território fixo e estavam dispersos por toda a Europa. Foi com esse discurso de Goebbels que o partido ganhou filiações e incitou o extermínio de mais de 6 milhões de judeus durante o Holocausto (Viggiano, 2020).

Apesar das características que levavam a essa aproximação e a sua afeição aos governos de Benito Mussolini, na Itália, e Adolf Hitler, na Alemanha, historiadores reforçam que a Era Vargas está inserida no populismo e não no fascismo. Quando Getúlio faleceu, uma multidão calculada entre 30 e 40 mil pessoas acompanhou o cortejo até o aeroporto Santos Dumont – número até hoje nunca ultrapassado em termos de acontecimento político (Getúlio, 2014).

Ao separarmos as definições de populismo de direita e populismo de esquerda, percebemos que há algumas diferenças entre eles. Segundo a cientista política belga Chantal Mouffe, para que os populismos – tanto de direita quanto de esquerda – sejam compreendidos em sua totalidade, é fundamental reconhecer que eles se inserem em um contexto democrático marcado por divergências e disputas hegemônicas. Como Mouffe e Laclau defendem, a democracia é, por definição, um espaço onde consensos e conflitos coexistem. Esses conflitos refletem o paradoxo entre o particular (as demandas específicas de grupos ou indivíduos) e o universal (os valores que se aplicam a toda a sociedade).

Nesse sentido, a democracia deveria ser entendida como uma “arena agonística”, onde diferentes projetos de sociedade competem para se tornarem hegemônicos. Enquanto o populismo de direita é marcado pelo forte apelo nacional, autoritarismo e tende a excluir determinados grupos, como os imigrantes, o populismo de esquerda pode transformar essa arena em um espaço mais inclusivo, dando voz a segmentos marginalizados e promovendo um modelo democrático mais plural e participativo (De Araújo, 2021). Na visão da Mouffe (2014), o desenvolvimento de um populismo de esquerda é o único caminho de luta contra o crescente sucesso do populismo de direita.

Quando eles [populistas de direita] falam sobre o ‘povo’, referem-se a uma entidade que está restrita a uma certa categoria de povo na qual os imigrantes estão excluídos. Isso é normalmente acompanhado por um discurso xenofóbico, que é muito negativo para a democracia. Mas não devemos esquecer a possibilidade de um populismo de esquerda no qual a noção de ‘povo’ é construída de uma forma diferente: ela inclui tanto imigrantes quanto

todo o povo trabalhador de um país específico. Os adversários do povo nesse caso não são os imigrantes, mas as grandes corporações transnacionais e todas as forças da globalização neoliberal (Mouffe, 2014, tradução nossa).

Chamado também de “populismo autoritário” pelo sociólogo britânico-jamaicano Stuart Hall (1988, p. 48, tradução nossa), o populismo de direita “combina os temas ressonantes do conservadorismo orgânico – nação, família, dever, autoridade, padrões, tradicionalismo – com os temas agressivos de um neoliberalismo renovado – interesse próprio, individualismo competitivo, antiestatismo”. Um exemplo de populismo de direita foi o governo da ex-primeira ministra Margaret Thatcher (1979-1990), do Reino Unido, marcado por sua personalidade forte e rígidas medidas políticas que lhe deram o apelido de “Dama de Ferro” (Marasciulo, 2021).

Ao estabelecer o poder nas mãos de um líder carismático, devemos nos atentar que há um impacto um tanto quanto significativo na democracia, pois afeta diretamente instituições como o Congresso, o poder judiciário e até os meios de comunicação. Durante a Era Vargas, por exemplo, o Congresso foi fechado em duas oportunidades. Além disso, Assembleias Legislativas dos Estados e Câmaras Municipais foram dissolvidas. Há, ainda, outros fatores que podem acontecer em decorrência do populismo, como a violação dos direitos humanos, a censura e a perseguição de minorias, como no caso dos judeus durante a Segunda Guerra Mundial.

Outro ponto a ser destacado quando tratamos de como a sociedade enxerga a ciência política e seus desdobramentos, é o papel do indivíduo enquanto agente político, cuja percepção é modificada ao longo da história. Se pegarmos como exemplo o funcionamento do sistema eleitoral brasileiro e a quantidade de partidos registrados no Tribunal Superior Eleitoral (TSE) – atualmente trinta – observamos que tempos atrás havia uma demarcação mais clara do que se entendia como direita e esquerda.

Até às eleições presidenciais de 2014, disputada por Dilma Roussef e Aécio Neves, o Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB) era visto como o lado direito no binarismo com o Partido dos Trabalhadores (PT). A disputa polarizada entre PSDB e PT já é de longa data. Os dois partidos protagonizaram disputas acirradas de 1994 a 2014 com medalhões já bastante conhecidos na velha política, como Lula e Dilma representando o PT, e Fernando Henrique Cardoso (FHC), José Serra, Geraldo Alckmin e Aécio Neves do lado do PSDB. Durante os 20 anos de embate entre as duas agremiações, os tucanos, como são conhecidos, venceram os petistas apenas em duas oportunidades, ambas com FHC (1994 e 1998). No entanto, com o surgimento do movimento bolsonarista em 2018, o PSDB teve que se contentar com o papel de coadjuvante por estar fora da disputa presidencial depois de 24 anos (Prazeres, 2018), e passou

a ser classificado pelo senso comum como um partido ora de centro-esquerda, ora de centro-direita.

Na eleição presidencial de 2022, o PSDB apoiou Simone Tebet do Movimento Democrático Brasileiro (MDB) no primeiro turno, ministra do Planejamento e Orçamento do Brasil no governo Lula. Já no segundo turno entre o candidato petista e Bolsonaro, o PSDB indicou ter escolhido a posição oficial de neutralidade em razão das disputas históricas entre os dois partidos. Entretanto, o que foi visto na prática adotada por líderes históricos dos tucanos, como José Serra (PSDB-SP), José Aníbal (PSDB-SP), Tasso Jereissati (PSDB-CE) e Pimenta da Veiga (PSDB-MG), foi um alinhamento pró-Lula (Farfan e Falcão, 2022).

Já na disputa entre os candidatos a governadores estaduais, o segundo turno no Rio Grande do Sul ficou marcado pelo apoio declarado de Adão Preto (PT), terceiro colocado no primeiro turno, a Eduardo Leite (PSDB). Com os votos do petista, o candidato tucano conseguiu a virada sobre o bolsonarista Onyx Lorenzoni, que havia liderado a corrida eleitoral no primeiro turno.

Rival histórico de Lula e do PT, Geraldo Alckmin surpreendeu a muitos quando foi confirmado na chapa petista. O médico começou sua vida política com 20 anos, tendo sido um dos fundadores do PSDB em 1998, ao qual foi filiado por 33 anos. Com a sigla do PSDB, Alckmin concorreu à Presidência da República em duas oportunidades (2006 e 2018), além de ter sido o governador de São Paulo que por mais tempo comandou o Estado desde a redemocratização – de 2001 a 2006 e, posteriormente, de 2011 a 2018.

Com a proximidade das eleições de 2022 e a possibilidade de Rodrigo Garcia, na época vice-governador paulista, concorrer à Presidência pelo PSDB, Alckmin percebeu que ficaria fora do páreo e viu a oportunidade de continuar sustentando seu capital político por outro partido, o Partido Socialista Brasileiro (PSB) (De Mari e Figueiredo, 2021). A aliança surgiu sob a justificativa de mobilizar forças para impedir o avanço do bolsonarismo no Brasil. Durante o ato de filiação de Alckmin ao PSB, o presidente da sigla, Carlos Siqueira, afirmou que a disputa pela Presidência não seria entre direita e esquerda, mas sim “entre a democracia e o arbítrio, entre a civilização e a barbárie” (Mattos e Barbiéri, 2022). Diante dessa “dança das cadeiras”, muito comum no ambiente político, se analisarmos friamente, e com base no senso comum, o PSDB era considerado um partido de direita até 2014, quando fazia frente nos embates com o PT. No entanto, com a ascensão de Bolsonaro passou a ser colocado no mesmo grupo dos petistas por parte de alguns eleitores.

O mesmo vale para a política estadunidense. Filiado ao Partido Democrata, Joe Biden venceu Trump nas eleições de 2020 ancorado em uma política mais progressista, ao passo em

que propôs uma maior igualdade social e econômica por meio da redistribuição de renda, apoiando movimentos sindicais, defendendo a preservação ambiental e os direitos LGBTQIAPN+ etc. Na verdade, o que ocorre é que Biden é menos conservador que Trump, mas não pode ser classificado como um político esquerdista, haja visto que seu governo possui características moderadas e centristas – o que o aproxima de um centro-esquerda no viés político norte-americano.

Se pensarmos no espectro político brasileiro, o estadunidense tem tomado decisões mais alinhadas com a centro-direita, como a manutenção da política de Trump em relação à imigração (Furno, 2021) e a defesa de uma estrutura tributária menos progressista, isto é, que desfavorece as camadas mais populares (Governo, 2021). Outro exemplo é o fato de o presidente norte-americano defender o livre mercado, pauta inerente a governos conservadores. Ao ouvirmos os discursos de Biden em apoio ao casamento entre pessoas do mesmo sexo através de leis (Biden, 2022) e em favor da legalização do aborto (Luta, 2023), compreendemos que esses fatores o aproximam da esquerda. Entretanto, ao passo em que resguarda posições progressistas, também está respaldado por valores conservadores. O que ocorre é que o espectro político está sempre em mudança.

Na visão do cientista político Márcio Coimbra, Trump e seus apoiadores foram os responsáveis por associar Biden à esquerda com o intuito de torná-lo mais rejeitado pela população, assim como fez com Obama e Hillary Clinton. Mas, na verdade, Biden adota uma postura ponderada, tradicional e centrista, que se entende tanto com figuras do Partido Democrata quanto do Partido Republicano. Para Coimbra, Biden não é – de maneira alguma – um político de esquerda (Freitas, 2020).

Por anos, os veículos de comunicação foram um dos principais responsáveis por instigar o dueto entre direita e esquerda. Essa classificação, a rigor, facilita um mapa mental e estimula o antagonismo, tão almejado pelo noticiário político. Acrescenta-se, ainda, que além do sensacionalismo, percebe-se, em muitos casos, que é a posição política do jornalista ou de grupos editoriais que se sobressai em coberturas desta natureza. A Jovem Pan é um exemplo de veículo que possui maior proximidade com Bolsonaro e que deu voz a personagens bolsonaristas escancarados, como Caio Coppola, na época funcionário da emissora, que usou termos chulos como “bundão” para se dirigir a Fernando Haddad e se envolveu em inúmeras polêmicas para poder impor seu posicionamento alinhado ao ex-presidente (Haddad, 2022).

Recuando no tempo, observa-se que no século XIX, os jornais diários eram praticamente extensões de articulações partidárias, classificando-se de maneira natural como “republicanos ou monarquistas, nacionalistas ou internacionalistas, socialistas ou comunistas, conservadores

ou liberais” (Bucci, 2014). Embora o jornalista enquanto pessoa física tenha passe livre para ser “de direita”, “de esquerda” ou “de centro”, essa escolha não deveria ultrapassar as barreiras do compromisso ético, ou seja, não deveria – de maneira alguma – interferir no profissionalismo. Na acirrada eleição entre Lula e Bolsonaro, um vídeo que mostra jornalistas da TV Globo comemorando a vitória do petista dentro da redação da emissora viralizou nas redes sociais. Em nota, a Globo disse não ter controle sobre as escolhas eleitorais de seus colaboradores, mas lamentou que um grupo tenha “esquecido a necessária e habitual prática de autocontenção, em respeito à norma e aos princípios editoriais” e reforçou a postura “isenta” da empresa ao longo de toda a cobertura jornalística do processo eleitoral (Globo, 2022).

Embora o ocorrido dentro das dependências da TV Globo tenha sido um ato isolado, não tendo a emissora assumido um lado nessa corrida presidencial, no passado os jornais costumavam defender claramente suas posições diante dos embates políticos. *A Folha de S. Paulo*, por exemplo, apoiou veementemente a ditadura militar no Brasil e esse apoio era muito mais forte do que o próprio jornal admitiu. O grupo Folha chegou a emprestar carros que faziam a distribuição dos jornais pelas cidades para os militares disfarçarem as operações de repressão que aconteciam nas ruas, além de contribuir com inúmeras primeiras páginas defendendo o regime opressor (Documentos, 2023). Outro que adotou postura favorável à intervenção militar que depôs o governo de João Goulart foi o jornal *O Estado de S. Paulo*.

Contudo, no contexto atual, tanto a Folha quanto o Estadão enfrentam críticas pela forma como lidam com a polarização política. A busca por uma linha editorial mais pluralista e a tentativa de se afastar de posturas extremas refletem uma consciência da necessidade de adaptação ao cenário político contemporâneo. Com a fragmentação da opinião pública e a desconfiança generalizada em relação à mídia, essas publicações têm sido desafiadas a encontrar um equilíbrio entre seus históricos posicionamentos e a demanda por uma cobertura mais neutra e ética. Como resultado, elas estão em constante reavaliação de suas abordagens, enfrentando o dilema de manter a credibilidade enquanto navegam por um ambiente político cada vez mais conflituoso.

A prática jornalística, ao longo da história, foi e continua sendo parcial por si só. A partir do momento que se escolhe um recorte em detrimento de outro, uma imagem e não outra, a editoria de determinado jornal já está assumindo um lado, um partido, ainda que a autorização do veículo de comunicação seja para ouvir os dois lados da história. Importante ressaltar também que as atividades jornalísticas e a liberdade de imprensa são sempre atacadas em governos autoritários, sejam eles de direita ou de esquerda. Logo, antes de um posicionamento, há que se conter toda ameaça ao processo democrático.

O que tiramos de conclusão acerca do conceito de direita e esquerda é que esse dualismo não contribui com o entendimento do propósito de figura política. A mesma Cuba, que diz ser um regime de esquerda, perseguiu por muitos anos homossexuais com disciplina bolchevique e estabeleceu o regime de partido único, no caso o Partido Comunista Cubano. Já o governo brasileiro, durante a ditadura militar, suprimiu eleições e censurou imprensa ao mesmo tempo em que estatizou a economia em níveis bem próximos aos dos soviéticos (Bucci, 2014).

#### **1.4. Esquerda, direita e midiatização da política**

Diante do cenário polarizado entre direita e esquerda, grupos políticos têm se aproveitado das redes sociais digitais para disseminar seus ideais e influenciar o público em geral. Essas redes adquiriram uma importância central na organização do tecido social, pois “o novo paradigma da tecnologia da informação fornece a base material para sua expansão penetrante em toda a estrutura social” (Castells, 1999, p. 565), permitindo assim novas formas de interação.

Até o advento da internet, os atores sociais de qualquer natureza dependiam dos chamados “meios de comunicação de massa” para a divulgação de suas mensagens e causas, uma vez que eles desempenhavam – e ainda desempenham – um importante papel no estabelecimento de laços sociais (Wolton, 2006, p. 125). No entanto, nem sempre obtinham espaço de divulgação, seja por questões de caráter político e/ou econômico, ou mesmo relacionadas ao desacordo com as linhas editoriais dos meios profissionais de comunicação social.

Com a consolidação da internet e o crescimento das redes sociais, os atores sociais ganharam certa independência em relação aos meios profissionais de comunicação, pois podem publicar, conchamar e mobilizar bases e comunidades através de páginas próprias criadas no mundo virtual ou mesmo por meio das redes sociais digitais, em torno das quais se organizam e propõem suas demandas. Essa independência por parte dos atores sociais é uma das grandes mudanças que o advento da internet trouxe para a sociedade, que deixa de ser considerada como uma “sociedade dos meios” e passa a ser uma “sociedade midiatizada”, na qual os receptores são elementos ativos no processo comunicacional (Fausto Neto, 2010).

Ou seja, enquanto a sociedade dos meios tinha autonomia em relação aos demais campos e estava centrada nos meios de comunicação, baseando-se em elementos tradicionais como emissor, mensagem e receptor, na chamada sociedade midiatizada “a cultura midiática se converte na referência sobre a qual a estrutura-técnica-discursiva se estabelece, produzindo

zonas de afetação em vários níveis da organização e da dinâmica da própria sociedade” (Fausto Neto, 2008, p. 93).

Essa liberdade alcançada pelos receptores, que nas redes sociais atuam também como produtores, coloca em xeque o lugar de fala conquistado e consolidado por muito tempo pelos veículos tradicionais, além de desestabilizar as relações de poder já existentes (Coimbra et al., 2021, p. 2). Com o surgimento das redes sociais e a consequente mudança na maneira como as informações são consumidas e compartilhadas, diversas profissões se viram obrigadas a se reinventar para permanecerem relevantes no ambiente digital, como o jornalismo. Os profissionais da comunicação tiveram que se adaptar, modificar sua linguagem e construir novos processos produtivos para atender às demandas desse novo cenário e continuar dialogando com um público que agora também produz conteúdo e ocupa espaços antes exclusivos dos grandes veículos

Durante a pandemia de Covid-19, surgiu um enorme problema relacionado à comunicação por parte de atores sociais pouco preocupados com a saúde pública. Enquanto as mídias tradicionais se esforçavam para trazer informações apuradas e confirmadas, além de entrevistas com especialistas na área, as redes sociais digitais funcionavam como um campo livre para a disseminação de notícias falsas e a promoção do negacionismo. Com o aumento da capacidade da sociedade de difundir ideias, o papel do comunicador enquanto curador e mediador da informação foi perdendo importância.

O período de exclusividade da informação e de interação entre imprensa e sociedade, anteriormente restrito aos grupos de comunicação, é chamado de mediação – etapa anterior ao processo de midiaticização em que estamos inseridos hoje. A palavra mediação, como o próprio nome já diz, corresponde ao ato de mediar determinada situação ou conflito. O sujeito que media algo dentro de um processo comunicacional serve como um intermediário e ocupa um lugar central.

Na perspectiva epistemológica, essa relação entre ser humano e a realidade que o cerca é influenciada por fatores sociais, culturais, crenças e experiências de vida. A ideia de mediação revela que não é possível conhecer a realidade intrínseca das coisas, pois esta é moldada pela forma como estamos inseridos no mundo, o que reflete em nosso ponto de vista perante a sociedade. Um exemplo de diferentes visões pode ocorrer no ambiente jornalístico. Ao se deparar com uma notícia que envolve política, dois jornalistas podem ter interpretações diferentes do fato, pois ambos carregam dentro de si suas visões políticas, já enraizadas ao longo da história. Enquanto um pode ver uma informação como relevante, outro pode enxergá-la como tendenciosa. É por isso que dizemos que a notícia é uma representação do fato, uma

versão construída a partir daquilo que se vê, não exatamente o fato. O jornalismo é objetivo, mas nunca neutro, pois a partir do momento que se escolhe um recorte de cena ou uma parte específica da entrevista, o profissional já está escolhendo o enfoque que será dado naquela matéria. No entanto, essas escolhas não são somente do editor-chefe do veículo, elas perpassam pela linha editorial e, em casos do jornal impresso, pelos anunciantes que pagam para obter seus espaços no periódico. Dessa forma, compreende-se que o ser humano vê o mundo por “lentes”, que se modificam de acordo com o momento em que está inserido e seu repertório (Mattos, Janotti Junior, Jacks, 2012, p. 32).

Já a midiatização diz respeito à necessidade de se pensar as interações sociais para além da mídia e dos padrões pré-estabelecidos, envolvendo também organizações e vários outros atores sociais, de modo a equivaler essas transformações a processos históricos profundos na sociedade humana, como a globalização, urbanização e industrialização Hjarvard (2014, p. 24). Como bem observa o autor,

[...] a midiatização tem sido uma força social, ao lado da urbanização e globalização. Assim como a eletricidade e as estradas de ferro ajudaram a tornar as pessoas mais móveis, assim também os meios de comunicação contribuíram para a mobilidade mental e comunicativa (Hjarvard, 2014, p. 67).

Nos dias atuais, a mídia tem se tornado cada vez mais integrada e influente na sociedade, afetando esferas, sociais, culturais e políticas. O que percebemos é um aumento do papel dela na formação de opiniões públicas, o que interfere também na maneira como as pessoas percebem o mundo e constroem, a partir desse viés, suas identidades. Quando falamos em mídia, devemos considerar aquelas tradicionais, como a televisão, o jornal e o rádio. As redes sociais são apenas instrumentos que contribuem para que um veículo midiático obtenha mais alcance. O público presente no perfil de um jornal como a *Folha de S. Paulo* no *TikTok*, por exemplo, indica que o público é do periódico e não da rede social.

Além de desempenharem um papel relevante enquanto instrumento de informação para a sociedade, mídias como TV, rádio e jornais influenciam diversas instituições sociais, modificando padrões de comportamento, estruturas e normas. Este fenômeno é caracterizado como midiatização. Na etapa anterior à midiatização, notadamente a mediação, os meios de comunicação não alteravam o funcionamento das instituições. A título de exemplo, Hjarvard pontua que, embora a tecnologia tenha impactado a religião, com as impressões e distribuições de bíblias sagradas no mundo todo, essa evolução não alterou a lógica, o caráter e a estrutura

das igrejas católicas e protestantes, portanto, não tornando-as uma instituição midiática. As igrejas apenas utilizaram-se de uma nova mídia para expandir alcance (Hjarvard, 2014).

O pesquisador dinamarquês identifica a mídiatização como um processo que é, ao mesmo tempo, social e tecnológico, e que também não tem origem recente, tendo se intensificado ao longo dos anos, ao passo em que as redes sociais promovem uma comunicação horizontal, onde todos se comunicam com todos, sem a existência de níveis hierárquicos. Nas redes é possível interagir com outras pessoas, discutir assuntos, criar e compartilhar. Até mesmo os algoritmos personalizados de acordo com a preferência do usuário podem contribuir para uma experiência mais horizontal dentro da plataforma, tendo em vista que é moldado preferências de cada indivíduo.

Verón (1997, p. 1) reforça que a sociedade em vias de mídiatização não se manifesta de maneira uniforme e homogênea. Setores diferentes, como o da política e da economia, experimentam os resultados da mídiatização de formas diferentes e específicas. Na visão do autor,

[...] uma sociedade em vias de mídiatização (distinta da sociedade mediática do período anterior) não é por isso uma sociedade dominada por uma só forma estruturante, que explicaria a totalidade de seu funcionamento. A mídiatização opera através de diversos mecanismos segundo os setores da prática social que interessa, e produz em cada setor distintas consequências (Verón, 1977, p. 1, tradução nossa).

O que estamos dizendo é que cada vez mais as instituições culturais e sociais estão se mídiatizando, ou seja, estão fazendo uso da mídia, se apropriando de uma lógica midiática. A crescente de novas tecnologias possibilitou que setores não-midiáticos se mídiatizassem. Hjarvard pontua que a “mídia se transformou em uma instituição semi-independente” (Hjarvard, 2014, p. 53), o que significa que ela detém influência significativa em diversos aspectos da vida social. Com isso, diversas instituições, como políticas e religiosas, passaram a utilizar-se dos meios de comunicação interativos, no caso as redes sociais, e os meios de comunicação de massa, para atingir seus públicos.

O advento de instituições que se organizam em torno de um mecanismo próprio de comunicação e informação, visando a mobilização de públicos para o atendimento de seus objetivos, está perfeitamente identificado com tais novos contextos sociais. Dificilmente ainda existe instituição sem uma página ou perfil na rede de computadores buscando divulgar suas causas, razões e argumentos, e visando a conquista de adesões aos seus propósitos. Esse uso recorrente das mídias digitais na sociedade é algo que permeia o cenário político polarizado há

anos se considerarmos a quantidade de perfis relacionados ao tema, sejam eles representados por pessoas públicas, atores políticos ou movimentos.

Canavilhas (2009, p. 1) explica que os políticos almejam maneiras de fazer com que a mensagem chegue ao público com o mínimo possível de interferência jornalística e maior aproximação do eleitorado. Um exemplo claro disso ocorreu nas eleições norte-americanas de 1992, em que concorriam George Bush, Bill Clinton e Ross Perot. Para driblarem a imprensa, eles priorizaram a participação em programas de *talk shows*, pois estes permitem que os eleitores perguntem diretamente aos candidatos. Como mencionamos anteriormente, a internet também é um outro aliado preponderante para os políticos. Desde 2008, quando Barack Obama revolucionou o marketing político ao criar espaços em diferentes redes sociais para poder falar com o público e arrecadar US\$ 28 milhões para sua campanha, essa estratégia de angariar apoio em espaços virtuais só vem crescendo.

No entanto, a criação de espaços próprios de comunicação, por si só, não caracteriza a midiaticização, pois este processo se completa com a adoção das chamadas lógicas midiáticas. Hjarvard (2014, p. 77) esclarece que “por lógica da mídia entendemos os *modus operandi* tecnológico, estético e institucional pelos quais os meios de comunicação alocam recursos materiais e simbólicos e lidam com regras formais e informais”. Ou seja,

[...] na prática, isso significa que os atores políticos precisam levar em consideração fatores tais como os novos valores do jornalismo, convenções genéricas de expressão e as formas típicas de relação que os diferentes meios de comunicação estabelecem com seus públicos e usuários (Hjarvard, 2014, p. 77).

O pesquisador sueco Jesper Strömback dedicou seus estudos à análise de como as lógicas da mídia influenciam a organização dos partidos políticos. Ele observou que, dentro desse contexto, a linguagem e as estratégias políticas acabam seguindo padrões que favorecem a simplificação das mensagens, a polarização de opiniões, a intensificação dos temas, a personalização dos candidatos, a visualização e o uso de estereótipos. Além disso, essas características acabam reduzindo a competição política a um mero jogo estratégico ou a uma “corrida de cavalos” (Stromback, 2008, p. 233).

Ao relacionarmos política e redes sociais, é essencial lembrar que o uso da internet para articulação e mobilização política não é algo recente. A origem dessa prática remonta ao início da internet como rede comercial, nos anos 1990. Nesse período, “os baixos custos operacionais e de comunicação beneficiaram tanto a rede de jornalistas independentes como coletivos de ativistas do mundo inteiro” (Machado e Miskolci, 2019, p. 948).

No cenário mundial, grupos de esquerda foram pioneiros na utilização da internet para influenciar a opinião pública. Um exemplo marcante foi o movimento zapatista no México, em 1994, quando, no quarto ano do conflito, em 1998, a internet começou a amplificar a figura do subcomandante Marcos, porta-voz do Exército Zapatista de Libertação Nacional (EZLN). Esse movimento, nascido na província de Chiapas, se tornou um símbolo global, inspirando e representando minorias oprimidas ao redor do mundo (Machado e Miskolci, 2019, p. 948).

Na mesma época, no Brasil, o controvertido Olavo de Carvalho já defendia teses conservadoras nos textos que publicava em seu próprio site, articulando e ressignificando a obra de pensadores de direita a fim de cativar politicamente o público brasileiro com um suposto fundo filosófico em seus ideais. Anos depois, Olavo seria inspirador de líderes de grupos direitistas na internet, como o Movimento Brasil Livre (MBL), que surgiu em 2014 em apoio às investigações da Operação Lava Jato, e o “Vem pra Rua”, além de ser o guru ideológico do governo Bolsonaro e tornar-se conhecido por seus ataques às pautas progressistas.

Nesse período, as redes sociais – notadamente o *Facebook* – foram importantes estímulos para que os protestos e revoluções ganhassem força. A Revolução Verde, ocorrida no Irã em 2009, é considerada uma das primeiras grandes revoluções que utilizou efetivamente as redes sociais como ferramentas principais para mobilização e comunicação. O movimento popular aconteceu em resposta às alegações de fraude nas eleições presidenciais, que resultaram na reeleição de Mahmoud Ahmadinejad. Os protestos, que se espalharam rapidamente por várias cidades do Irã, reuniram milhões de pessoas nas ruas e o slogan “Onde está meu voto?” tornou-se emblemático.

Na medida em que as autoridades iranianas proibiam jornalistas estrangeiros de cobrirem as reivindicações e tornavam inoperante a única operadora de telefone celular do país, o movimento foi amplamente promovido e disseminado através das redes sociais, que permitiram a comunicação entre os manifestantes e a divulgação internacional das repressões que estavam ocorrendo. O governo respondeu com força, utilizando violência extrema para impedir os protestos, resultando em mortes e prisões em massa. A palavra “verde” simbolizava a campanha do candidato reformista Mir-Hossein Mousavi e, posteriormente, foi adotada pelos manifestantes como símbolo de esperança e resistência.

Outra grande série de manifestações foi a chamada Primavera Árabe, em 2010, movimento que reivindicou pautas democráticas em países do Norte da África e do Oriente Médio, alavancado por meio da facilidade de compartilhar conteúdos nas redes sociais e pelo poder dos algoritmos em obter engajamento das causas e induzir à ação política. Particularmente na Tunísia e no Egito, a utilização significativa das redes digitais de

comunicação chamou a atenção global, com a mídia frequentemente divulgando imagens capturadas por manifestantes durante os protestos contra os governos locais.

Na Tunísia, tudo começou com o ato de um jovem vendedor de frutas e legumes chamado Mohamed Bouazizi, que ateou fogo em seu próprio corpo depois de ter suas mercadorias apreendidas. Esse incidente se transformou em um catalisador para uma série de manifestações em um país já insatisfeito com o regime do presidente Ben Ali, que havia governado por 23 anos. O resultado foi uma crise política que culminou na queda do presidente.

Inspirados pelos eventos na Tunísia, os egípcios também se mobilizaram contra o regime de Hosni Mubarak. A origem dessas manifestações pode ser rastreada até junho de 2010, quando Khaled Said foi brutalmente espancado e assassinado por policiais que o acusaram de gravar e divulgar um vídeo que mostrava os oficiais negociando os lucros de uma apreensão de drogas. Esse ato de violência contra Said gerou uma onda de indignação, contribuindo para o surgimento de protestos em massa. Em resposta, foi criada uma página no *Facebook* chamada “We are all Khaled Said”, que facilitou a organização de protestos. O governo egípcio, percebendo a crescente influência das redes sociais, tentou controlar a comunicação, enviando mensagens de apoio ao presidente por meio das operadoras de telefonia e cortando o acesso à internet durante a crise (Silva, 2012).

Em 2013, no Brasil, houve as Jornadas de Junho – um movimento pluripartidário contra os rumos políticos e econômicos do país. Impulsionado pelos atores sociais presentes nas redes sociais *Facebook* e *Twitter*, o movimento atingiu abrangência nacional e levou milhões de pessoas às ruas sob o slogan “O gigante acordou”. As Jornadas de Junho tiveram início com um protesto contra o aumento das tarifas de transporte público em São Paulo, mas rapidamente evoluíram para uma ampla insatisfação com a corrupção, os gastos excessivos em eventos como a Copa do Mundo e a falta de investimentos em serviços públicos essenciais.

O caráter diverso das manifestações ficou evidente, com a participação de grupos de diferentes orientações políticas e sociais, incluindo estudantes, trabalhadores e setores da sociedade civil. Essa diversidade refletiu uma combinação de demandas que iam desde direitos sociais e melhorias nos serviços públicos até críticas à corrupção política e à elite governante. A repercussão foi tamanha que o governo teve que responder rapidamente, oferecendo algumas concessões, mas a insatisfação persistiu, evidenciando uma crise de confiança nas instituições políticas.

O impacto das Jornadas de Junho se estendeu para além das ruas, influenciando as eleições subsequentes e moldando o cenário político brasileiro. O movimento marcou um ponto de virada, demonstrando a capacidade das mídias digitais de mobilizar grandes massas e

questionar o status quo. O sentimento de descontentamento que surgiu durante essas manifestações se refletiu em outras mobilizações políticas nos anos seguintes, incluindo protestos contra o impeachment de Dilma Rousseff e, mais recentemente, as manifestações a favor e contra o governo de Jair Bolsonaro.

Enquanto espaços bivalentes, públicos e privados, as mídias digitais detêm o poder de mobilizar pessoas a saírem às ruas ao mesmo tempo em que expõem suas ideias nas redes. Se nas ruas os manifestantes das Jornadas de Junho reivindicavam direitos por meio de protestos em cartazes com dizeres como “queremos escolas e hospitais no padrão FIFA”, “da Copa eu abro mão, quero dinheiro pra educação” e “se a tarifa não baixar, a cidade vai parar”, outros compartilhavam suas experiências de manifestos nas redes, espaços estes que permitem a democracia participativa.

Os manifestantes, ou atores sociais, podem ser caracterizados como aqueles que “atuam de forma a moldar as estruturas sociais através da interação e da constituição de laços sociais” (Recuero, 2009, p. 25). Nesse sentido, os indivíduos que agem através de seus perfis em redes sociais são exemplos de atores. Na visão da autora,

[...] entender como os atores constroem esses espaços de expressão é também essencial para compreender como as conexões são estabelecidas. É através dessas percepções que são construídas pelos atores que padrões de conexões são gerados (2009, p. 25).

Nas redes sociais, cada pessoa constrói sua própria imagem, compartilhando seus interesses, opiniões e defendendo suas crenças. Recuero (2009, p. 29) define as redes sociais como um espaço onde as pessoas moldam suas impressões e representações, utilizando o ambiente digital para se expressarem. Esse espaço oferece um lugar para o debate democrático, onde todos podem falar e ser ouvidos. No entanto, o excesso de exposição é um risco, pois está ligado à busca constante por visibilidade, aceitação e pertencimento social, tornando-nos cada vez mais dependentes da internet. Muitos usuários sentem a pressão de mostrar detalhes de suas vidas, como onde estão, o que fazem e com quem estão, frequentemente incentivados pelas comunidades e grupos (ou “bolhas”) aos quais pertencem.

## 2. As redes sociais digitais

Neste capítulo, iremos partir do conceito de sociedade em rede, estudado pelo sociólogo Manuell Castells, que consiste em uma sociedade estruturada a partir de um sistema comunicacional permeado por tecnologias e que molda as interações sociais, econômicas e políticas. Essas redes são formadas por uma variedade de atores, incluindo indivíduos, organizações, empresas e instituições.

Da mesma forma, a plataformização refere-se à ascensão e expansão de plataformas digitais como modelo infraestrutural e econômico dominante da web social que conecta usuários, produtores e consumidores de bens e serviços (Helmond, 2015, p. 5). O fenômeno da plataformização se intensificou nos últimos anos, especialmente com a pandemia de Covid-19, que exigiu medidas de isolamento social. Nesse cenário, as plataformas e aplicativos digitais, que já dominavam o entretenimento e diversos setores do mercado (Srnicsek, 2017), ampliaram sua influência nas interações sociais.

Hoje, muitas áreas da vida cotidiana, como relações de trabalho, aluguel de imóveis, conteúdos educacionais, compras, entretenimento – especialmente jogos e streaming – e até relacionamentos pessoais, são mediadas por essas tecnologias. As plataformas atuam como mediadoras que moldam relações sociais, econômicas e políticas, coletando dados sobre oferta e demanda em diferentes segmentos do mercado. Isso não apenas reforça sua posição central nas práticas sociais, mas também levanta preocupações sobre privacidade e controle.

A sociedade modelada em rede permite que nos conectemos com as pessoas em diferentes partes do mundo de maneira instantânea. Tudo isso só é possível porque as Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs), como as redes de comunicação e a internet, funcionam como um alicerce para essa conectividade global.

Outro ponto importante é que as TICs modificaram as dinâmicas de poder na sociedade, pois permitem que um assunto seja disseminado rapidamente e realizado por qualquer indivíduo. Na internet e nas redes sociais não existe hierarquia, diferentemente do que acontece em um jornal impresso. No periódico em papel, a notícia principal se encontra no centro da folha, enquanto na internet tudo se mostra à vista.

As redes sociais detêm o poder de ampliar vozes individuais e marginalizadas, não funcionando somente com o objetivo de compartilhar experiências entre seus pares, mas também de mobilizar ativistas sociais para suas causas. No entanto, essa interconexão promovida pelo virtual traz inúmeros desafios, como a falta de privacidade, a segurança cibernética e a manipulação de informações. Na medida em que a exposição acontece, os limites

entre o que é público e o que é privado se estreitam e tornam a linha tênue. E é justamente nesse cenário atual de falta de transparência com o manuseio dos nossos dados por parte de grandes empresas de tecnologia, que surge a proposta de regulação das redes sociais, que tem como objetivo impor que as empresas controlem ou impeçam a difusão de notícias falsas e discursos de ódio no ambiente digital.

Ainda neste capítulo, abordaremos a função do algoritmo dentro das relações na sociedade contemporânea. O termo, que tem origem na matemática, ganhou evidência no cenário das redes sociais digitais e se tornou uma poderosa ferramenta para grandes empresas. Entretanto, é de fundamental importância compreender os pontos positivos e negativos que o uso de algoritmos pode gerar. A facilidade para encontrar conteúdos de interesse com rapidez passam a ideia de personalização, de que o aplicativo conhece os nossos gostos pessoais. Esse fator, ainda que seja benéfico ao usuário, coloca-o dentro de uma bolha de informação, pois limita seu alcance à conteúdos diferentes daqueles que o internauta quer ver. Em campanhas políticas, por exemplo, essa manipulação de ideias e pontos de vista impactam na tomada de decisões das pessoas ao eleger algum candidato.

Os algoritmos também podem ser utilizados para censurar conteúdos, como tem ocorrido com o *Twitter*, o que ameaça veemente a liberdade de expressão e a noção de democracia. Desde que Elon Musk adquiriu a rede social, os pedidos de restrição à conteúdos contrários a alguns governos têm crescido. São os casos de Turquia e Índia, cujas gestões atuais exigem o bloqueio de contas que são críticas ao presidente turco Recep Erdogan, e à Narendra Modi, primeiro-ministro indiano (Sánchez-Vallejo, 2023).

Para compreender o conceito de cultura algorítmica e seu impacto na experiência humana, nos ancoramos em dois autores contemporâneos: Beiguelman (2021), artista e uma das principais vozes na área da arte e tecnologia no Brasil, e Morozov (2018), jornalista e escritor bielorrusso que estuda o progresso tecnológico e digital e suas implicações na política e sociedade. Embora sejam de bases acadêmicas totalmente diferentes, tanto Beiguelman quanto Morozov apontam para os perigos da vigilância, controle e manipulação de dados no mundo digital.

É também neste capítulo que iremos aprofundar em nosso objeto de estudo, a rede social *TikTok*, buscando compreender o contexto histórico em que ela está inserida, seu nível de audiência, público-alvo e como se deu o crescimento da plataforma como ferramenta política.

## **2.1. A sociedade organizada em redes**

Cunhado pelo sociólogo holandês Jan Van Dijck na obra *The Network Society*, publicada em 1991, o termo “sociedade em rede” foi redesenhado quatro anos depois por Manuel Castells no livro *The Rise of the Network Society*. Pesquisador espanhol influente, seus trabalhos seguem até hoje sendo relevantes para entender como a tecnologia molda a sociedade e promove suas interações.

A era da informação transformou a sociedade, a economia e a política, modificou identidades individuais e coletivas, e redefiniu formas de poder. Há mais de duas décadas o mundo vivencia processos de mudanças estruturais que conectam pessoas e instituições para além das fronteiras. As Novas Tecnologias da Comunicação e Informação (NTICs) surgiram no contexto da Terceira Revolução Industrial, em meados do século XX, a partir da década de 1950, mas foi em 1990 que se potencializaram. Neste período, diversos campos do conhecimento passaram por transformações, como é o caso da robótica, genética, informática, telecomunicações e do setor eletrônico, ocupando o espaço que anteriormente era de supremacia da metalurgia, siderurgia e da indústria de automóveis. Com a chegada da Terceira Revolução Industrial, as relações sociais sofreram impacto, isso porque a alta tecnologia permitiu que as informações fossem transmitidas de maneira rápida e independentemente da localização geográfica.

Essas tecnologias incentivam práticas colaborativas, onde pessoas ao redor do mundo podem trabalhar juntas de forma instantânea, algo antes impossível. Esse cenário favoreceu o surgimento do ativismo digital, que usa as redes para causas sociais e políticas, e o movimento hacker, que propaga ideias de liberdade de informação e inovação digital (Da Silveira, Braga e Penteadó, 2014).

Entretanto, para compreender como chegamos nesse patamar evolutivo da comunicação é necessário voltar ao cenário da Guerra Fria, pois foi nessa época, mais precisamente em 1958, que pesquisadores do Departamento de Defesa dos Estados Unidos, nomeado de DARPA (*Defense Advanced Research Projects Agency*), elaboraram um sistema de compartilhamento de informações entre pessoas distantes geograficamente. A ação ocorreu como uma “resposta tecnológica” depois que a União Soviética lançou o primeiro satélite artificial, o Sputnik 1, em 1957, o que representou o pontapé da corrida espacial entre as duas potências.

Em 1969, a ARPA cria a primeira rede de computadores, chamada de Arpanet (*Advanced Research Projects Agency*), com o intuito de transmitir estratégias de guerra e dados militares sigilosos entre a Universidade da Califórnia e o Instituto de Pesquisa de Stanford. Embora criada como uma rede experimental, ou seja, um protótipo do que poderia vir pela

frente, a Arpanet foi responsável por instigar o interesse de empresas privadas e comerciais a partir da década de 1980, quando também se estabeleceu como principal meio de comunicação.

Com o desenvolvimento e uso crescente da Arpanet, que inicialmente conectava instituições acadêmicas e militares, a National Science Foundation (NSF) – uma agência independente de pesquisa nos campos da ciência e engenharia – desempenhou um papel crucial na expansão da internet para uso acadêmico mais amplo. Na década de 1980, a NSF criou a National Science Foundation Network (NSFNET), que se tornou a principal estrutura de suporte da internet, substituindo a Arpanet, descontinuada em 1990. É nesse contexto que surge a World Wide Web (WWW), criada em 1989 pelo cientista britânico Tim Berners-Lee, enquanto trabalhava como pesquisador na Organização Europeia para Pesquisa Nuclear (CERN). Embora o CERN tenha recebido financiamento europeu, a NSF também desempenhou um papel importante no financiamento de infraestruturas que possibilitou a transição para uma Internet moderna.

Apesar de não ser o precursor da conexão entre computadores distantes, mérito que pertence à Arpanet, o cientista britânico desenvolveu o sistema que utilizamos até hoje e foi responsável pelo período que ficou conhecido como o “boom da internet”. Essa época é marcada também pelo surgimento de inúmeros navegadores, como *Internet Explorer*, *Mozilla Firefox*, *Google Chrome*, *Opera* etc.

Com o tempo, logo houve a multiplicação de sites e redes sociais. O primeiro modelo de rede social foi a *SixDegrees*, que durou de 1997 a 2000. Inspirada pela teoria dos “seis graus de separação”, proposta pelo psicólogo social norte-americano Stanley Milgram em 1967, que sugere que qualquer pessoa no mundo está a apenas seis conexões de outra, a *SixDegrees* permitia aos usuários criar perfis, adicionar amigos e ver conexões em comum. Com essas funcionalidades, era possível visualizar a rede de contatos que cada usuário tinha e navegar entre eles, tornando-a inovadora para a época. Contudo, devido à limitação do acesso à internet e à falta de recursos de interação, a plataforma foi desativada em 2000.

Na década de 2000 muitas outras foram surgindo, como *Myspace* (2003), *Orkut* (2004), *Facebook* (2004), *YouTube* (2005) e *Twitter* (2006). Após o fim do *SixDegrees* em 2000, algumas plataformas como *Friendster* e *MySpace* começaram a ganhar popularidade antes do *MSN*, que era mais focado em mensagens instantâneas do que em rede social. Lançado pela Microsoft em 1999, o *MSN* permaneceu em atividade até 2013 e foi um dos primeiros aplicativos a permitir uma interação rápida e personalizada. Ele coexistiu com outras plataformas sem substituí-las diretamente, oferecendo um formato diferente, focado em mensagens e chamadas.

Nesse período, uma das mais notáveis foi a *Friendster*, criada em 2002, que se popularizou nos EUA e Ásia e era voltada para a conexão de amigos e conhecidos, além de permitir a interação entre perfis. Logo depois, em 2003, surgiu o *Myspace*, que se tornou um verdadeiro fenômeno cultural e a principal rede social no Ocidente por muitos anos.

O *Myspace* foi uma das primeiras redes sociais a ganhar popularidade massiva, especialmente entre os jovens e artistas independentes. Originalmente, a plataforma era um espaço onde os usuários podiam criar perfis personalizados e compartilhar músicas, potencializando a carreira de artistas emergentes. No auge de sua popularidade, entre 2005 e 2008, o *Myspace* era considerado um dos sites mais visitados do mundo, competindo diretamente com o *Facebook*. Contudo, a plataforma começou a enfrentar dificuldades com a ascensão do *Facebook* e outros serviços que ofereciam uma experiência mais simplificada e eficiente. Problemas de design, um aumento nas tentativas de spam e a falta de inovação tecnológica contribuíram para a queda de popularidade. Oficialmente, o site criado por Tom Anderson ainda existe, mas perdeu todo o conteúdo dos utilizadores anterior a 2016.

Já o *Orkut*, criado pelo engenheiro turco Orkut Büyükkökten enquanto ele trabalhava na Google era, inicialmente, voltado para o público norte-americano, mas se tornou muito popular no Brasil e na Índia, ganhando uma versão em português em 2005. A rede social permitia aos usuários criar perfis, interagir com amigos e participar de comunidades sobre diversos temas, e deixou um legado significativo na cultura digital brasileira.

*Orkut* e *Facebook* foram duas das redes sociais mais significativas da década de 2000. Fundado por Mark Zuckerberg e seus colegas de Harvard, originalmente, a plataforma começou como uma rede social exclusiva para estudantes de Harvard, mas rapidamente se expandiu para outras universidades e, eventualmente, para o público geral, substituindo o *Orkut*.

Um ano depois do surgimento do *Facebook*, o *YouTube* foi criado por ex-funcionários do PayPal. A plataforma começou como um site de compartilhamento de vídeos simples, onde os usuários podiam fazer upload e compartilhar seus vídeos de forma gratuita. Em novembro de 2006, a *Google* adquiriu o *YouTube* por aproximadamente 1,65 bilhão de dólares em ações e se expandiu rapidamente, introduzindo novas funcionalidades como a monetização de conteúdo, canais personalizados e recursos de transmissão ao vivo. Com o surgimento de criadores de conteúdo (*YouTubers*), a plataforma deu voz a pessoas comuns, permitindo que qualquer um com uma câmera pudesse compartilhar suas histórias, ideias e talentos com uma audiência global.

O *Twitter*, atualmente conhecido como X, foi inicialmente projetado como um serviço de mensagens curtas. Sua simplicidade e natureza instantânea rapidamente o tornaram popular,

especialmente entre jornalistas, celebridades e ativistas. Ao longo dos anos, a plataforma expandiu suas funcionalidades, permitindo tweets com imagens, vídeos, enquetes e transmissões ao vivo. Em outubro de 2022, Elon Musk adquiriu o *Twitter* e iniciou uma série de mudanças na plataforma, que agora é chamada de “X”. Sob sua administração, a plataforma passou por transformações significativas, incluindo a introdução de novas funcionalidades, uma reestruturação de sua abordagem em relação a conteúdo e moderação, e o foco em expandir a monetização e criar um ecossistema mais integrado. As mudanças têm gerado tanto apoio quanto críticas, e a plataforma continua a ser um espaço de debates intensos e polarizados, refletindo as tensões sociais e políticas atuais. Em agosto de 2024, o X foi alvo de decisões judiciais no Brasil, especialmente relacionadas ao combate à desinformação e à disseminação de conteúdo que infringe a legislação. O ministro do STF, Alexandre de Moraes, tem sido uma figura central nessas discussões, buscando responsabilizar plataformas digitais por conteúdos prejudiciais. Desde agosto de 2024 ele vem intimando Elon Musk a nomear um representante legal da empresa no Brasil e aplicando multas diárias. O X ficou bloqueado de 31 de agosto e foi liberado novamente em 8 de outubro do mesmo ano (Richter, 2024).

Já na década de 2010, foi o período de aparição de redes como *Instagram* (2010), *Snapchat* (2011), *TikTok* – lançado originalmente como *Douyin* na China em 2016 e depois como *TikTok* internacionalmente em 2018 –, e *BeReal* (2019). O *Instagram* destacou-se pela ênfase na fotografia e no compartilhamento de imagens, introduzindo recursos como stories e reels, que influenciaram profundamente a forma como os usuários interagem e consomem conteúdo visual. Essa plataforma rapidamente se tornou um espaço crucial para influenciadores digitais e marcas, mudando a dinâmica do marketing e da publicidade. O *Snapchat*, por sua vez, popularizou o conceito de mensagens efêmeras, onde os usuários podem enviar fotos e vídeos que desaparecem após serem vistos. Essa ideia de conteúdo temporário atraiu um público jovem e incentivou uma nova forma de comunicação mais espontânea e autêntica.

O *TikTok* revolucionou a maneira como os usuários criam e compartilham vídeos curtos, combinando música, dança e comédia, e promovendo uma nova era de virais e desafios. A plataforma se destacou pela sua capacidade de impulsionar tendências e gerar uma comunidade engajada de criadores de conteúdo. Enquanto isso, o *BeReal* trouxe uma abordagem diferente, incentivando os usuários a compartilhar momentos autênticos do seu dia a dia em um tempo determinado e de forma espontânea, um contraste com as representações muitas vezes idealizadas em outras plataformas.

A expansão da internet e das redes sociais, embora tenha promovido um aumento significativo na conectividade e na disseminação de informações, também está ligada ao

surgimento de redes de controle e vigilância. Essas redes são organizadas por protocolos de comunicação que permitem o monitoramento dos fluxos informacionais, criando complexos sistemas de vigilância tanto por parte de governos quanto de empresas privadas de segurança (Galloway, 2006).

A vigilância e a coleta de dados pessoais tornaram-se práticas comuns, levando a preocupações sobre a privacidade e a proteção de informações sensíveis. Esse cenário não apenas afeta a vida individual, mas também se configura como uma ameaça à democracia. Um exemplo marcante desse fenômeno é o caso da *Cambridge Analytica*, que foi envolvida nas campanhas eleitorais do Brexit e nas eleições presidenciais dos Estados Unidos em 2018. Como apontam Cadwalladr e Graham-Harrison (2018), a empresa utilizou dados de usuários do *Facebook* para influenciar as decisões de voto, demonstrando como a manipulação de informações pode afetar processos democráticos.

Apesar do crescimento tecnológico ao longo de todos esses anos, essa difusão ocorreu de forma desigual no mundo. Ao passo em que permite uma maior conexão entre povos e culturas, ainda há um leque de grupos marginalizados que não fazem parte do modelo e não estão integrados à rede. Atualmente, a população mundial é de 8 bilhões de pessoas. Dessas, 5,3 bilhões são usuárias de internet, entretanto, cerca de 2,7 bilhões nunca tiveram acesso à rede, número este que equivale a um terço dos habitantes do planeta.

Segundo a ONU, os principais desafios para mitigar a situação são a falta de energia elétrica em regiões remotas e de difícil acesso, além dos pacotes de internet financeiramente inacessíveis. A África é a região menos conectada, com apenas 40% da população online, enquanto a Europa segue como o continente mais conectado, com 89% dos europeus conectados (Crescimento, 2022).

Dados levantados pela pesquisa TIC Domicílios, conduzida pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br) e divulgados em novembro de 2023, indicam que o número de brasileiros sem acesso à internet caiu de 36 milhões em 2022 para 29 milhões em 2023. Essa redução de 19,4% é significativa, mas evidencia que o cenário ainda está longe do ideal (Peres, 2023).

## **2.2. Regulação das redes sociais**

As redes sociais têm se consolidado cada vez mais como um elemento central na vida cotidiana. Em 2022, mais de 4,59 bilhões de pessoas usufruíam de plataformas no mundo todo e a expectativa é de que esse número aumente para quase 6 bilhões até 2027 (Number, 2023).

Não por acaso, mas cada vez mais os discursos feitos em redes como *Instagram*, *Facebook*, *Twitter* e *TikTok* têm ganhando evidência e influenciado no destino político de vários países. De acordo com a pesquisa Panorama Político, realizada em 2022 pelo Senado Federal, com o intuito de explorar as opiniões a respeito de temas como democracia, pelo menos 76% da população foi exposta a informações possivelmente falsas sobre política. Na ocasião, 2.007 cidadãos participaram da pesquisa (Nóbrega, 2023). Considerando dados como esses que podem afetar diretamente a sociedade, torna-se evidente a necessidade de uma regulação eficaz das redes sociais de modo com que os usuários estejam protegidos perante a disseminação de conteúdo enganoso. Entretanto, o que aqueles que são contrários a esse tipo de medida justificam é que ela não respeita a liberdade de expressão.

Atualmente, o Marco Civil da Internet (Lei nº 12.965/2014) é a principal legislação que regula as redes sociais no Brasil desde 2014. Esta lei prevê o estabelecimento de princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da internet no país. Um dos aspectos centrais do Marco Civil é a não responsabilização das redes sociais pelo conteúdo publicado por terceiros, ou seja, as plataformas digitais não podem ser responsabilizadas legalmente pelos conteúdos gerados por seus usuários, desde que atuem de forma colaborativa na remoção de conteúdos ilegais quando solicitadas judicialmente. Essa disposição pode ser vista tanto como uma conquista importante quanto como uma limitação da legislação, dependendo da perspectiva adotada.

A não responsabilização das redes sociais pode ser vista como uma conquista no que diz respeito à liberdade de expressão. Ao isentar as plataformas de responsabilidade direta sobre o conteúdo de seus usuários, o Marco Civil busca garantir que as redes sociais permaneçam como espaços abertos para o livre debate e a divulgação de ideias, sem o risco de censura prévia. Essa abordagem permite que os usuários se sintam mais à vontade para compartilhar opiniões, especialmente em contextos de mobilização política e social, onde a diversidade de vozes é crucial.

Por outro lado, a não responsabilização das plataformas tem se mostrado uma limitação em tempos de crescente desinformação e discurso de ódio nas redes sociais. A ausência de uma obrigação direta das plataformas em monitorar e remover conteúdos prejudiciais dificulta o combate à disseminação de fake news, ao discurso de ódio e à manipulação de informações, que podem ter efeitos negativos profundos, especialmente em processos eleitorais ou em contextos de polarização social.

A falta de responsabilidade das redes sociais também contribui para a imunidade das plataformas em relação a impactos negativos que o conteúdo gerado por seus usuários possa causar, como a propagação de discursos extremistas ou falsos. Isso tem gerado um crescente

debate sobre a necessidade de uma regulação mais rígida para garantir maior responsabilidade das empresas na contenção da desinformação e de outros comportamentos nocivos online. Em razão disso, percebeu-se a urgência de uma regulação maior dos canais de comunicação.

Em 2020, foi apresentado no Congresso Nacional o Projeto de Lei 2.630/2020, conhecido como “PL das Fake News”, cujo relator é o deputado federal Orlando Silva (PCdoB – SP), e que propõe a criação de novas regras para regulação de conteúdos no ambiente das redes sociais. Mas antes de aprofundarmos no que consiste o projeto, vale destacar que há diferenças entre o que se compreende como fake news e desinformação, já que nos últimos anos os dois termos têm sido utilizados de maneira sinônima quando na verdade possuem significados distintos.

De acordo com o jornalista e professor titular da Escola de Comunicação e Artes da USP, Eugênio Bucci, as fake news não são mentiras, mas sim falsificações de notícias que se parecem com informações jornalísticas. Elas teriam surgido no século XXI e foram impulsionadas pelo crescimento das redes sociais digitais. Geralmente, as propagações dessas notícias falsas são realizadas através de máquinas políticas, os chamados bots, que são financiadas por figuras políticas. Um exemplo marcante de fake news ocorreu nas eleições norte-americanas de 2016, quando a “notícia” de que o Papa Francisco teria declarado apoio à Donald Trump foi disseminada e a mais compartilhada no *Facebook* às vésperas do pleito (Schreiber, 2018).

Por outro lado, Bucci descreve a desinformação como sendo o resultado da disseminação de fake news. A desinformação constrói todo um ambiente no qual a informação é distorcida ou manipulada de forma prejudicial, sendo em alguns momentos intencional e em outros, inconsciente. Esse tipo de informação falsa e deturpada normalmente é disseminada dentro de grupos compostos por pessoas comuns e sem vínculo político, não enganando somente um único indivíduo, mas sim vários. O exemplo mais recente e de grande evidência é a série de desinformações divulgadas sobre possíveis curas milagrosas contra a Covid-19, como beber água sanitária ou comer fígado bovino para prevenir a doença. Por explorarem de forma estratégica aspectos culturais da sociedade, como saberes populares, tradições e crenças, discernir se determinada informação é verdadeira ou falsa, nesses casos, torna-se tarefa difícil (Ferreira, 2023).

Neste trabalho, estaremos expostos a casos de desinformação, mas não de *fake news*. Isso ocorre porque não analisaremos a falsificação deliberada de informações apresentadas como notícias. Além disso, os perfis do *TikTok* selecionados para a análise não incluem personagens ingressados na política. Reforçamos, portanto, que não trataremos de investigar a

origem dos conteúdos publicados por esses atores sociais, mas que é de extrema relevância acompanharmos o andamento do “PL das Fake News”.

Se entrar em vigor, as empresas que não agirem para prevenir ou impedir a propagação de inverdades e conteúdos que se enquadram em crimes já tipificados pela lei brasileira, como racismo, atos de terrorismo, violência contra a mulher e crimes contra o Estado Democrático Direito, dentro de suas plataformas, receberão multas de até 10% referente ao faturamento (Vicenzo, 2023).

A criação ou não do PL das Fake News divide opiniões em diversos setores da sociedade civil. O principal discurso dos parlamentares que discordam da criação do PL das Fake News é de que a lei afeta a liberdade de expressão, promove uma censura do discurso por parte do governo e escancara um sistema de vigilância. Em abril de 2023, a Câmara dos Deputados aprovou o pedido de urgência para a votação do projeto, mas uma mobilização das *big techs*, como *Google*, *Amazon* e *Meta*, por meio de uma carta aberta solicitando que o debate do texto em questão tivesse a presença de uma comissão especial, fez com que os parlamentares brasileiros recuassem (León, 2023).

De maneira contrária ao pensamento daqueles que detêm o poder de controlar nossos dados no ambiente digital, os representantes da imprensa brasileira acreditam que o PL das Fake News teria inúmeras contribuições positivas, contribuindo até mesmo para o entendimento do que são as fake news. Em manifesto publicado em abril de 2023 e assinado por 11 organizações de jornalismo, os representantes definem o Projeto de Lei como um “antídoto aos efeitos dramáticos da desinformação e do discurso de ódio na internet”. Entre as entidades que assinaram o texto, estão a Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert), Associação Nacional de Editores de Revistas (Aner), Associação Nacional de Jornais (ANJ), Associação de Jornalismo Digital (Ajour), Associação Brasileira de Mídia Digital (ABMD), entre outras (Haas, 2023).

Engavetado desde maio de 2023, o projeto de regulação das redes sociais aguarda uma nova rodada de discussões no Congresso, sendo um tema crucial no cenário político atual.

### **2.3. O papel dos algoritmos**

Cada vez mais as escolhas e decisões tomadas pela sociedade no ambiente digital são determinadas pelos algoritmos que, em tese, deveriam funcionar de maneira ética e imparcial. Na prática, no entanto, eles são permeados por vieses e dados. Embora sofram influências, isso

não impede que sejam considerados elementos-chave nas sociedades da informação (Costa, 2021).

O termo algoritmo origina-se do nome de Muhammad ibn Musa Al-Khwarizmi, matemático e astrônomo persa que introduziu os números árabes no Ocidente. Ao longo do tempo, a palavra teve diversos usos matemáticos, sendo compreendida como uma sequência finita de operações que buscam obter uma solução ou um resultado para um tipo de problema. Se no passado a programação dos algoritmos era feita manualmente, sendo necessário que uma pessoa trocasse cabos de lugar a cada ação que o computador executava, hoje em dia os algoritmos são escritos em códigos que, juntos, fazem parte de uma linguagem de programação que oferece comandos para uma máquina obedecer.

Quando recebemos um e-mail, o algoritmo decide por nós se ele vai direto para a nossa caixa de spam ou para a caixa de entrada. Nas redes sociais, ele também escolhe quais publicações “queremos ver”. A partir do momento em que clicamos em um vídeo, o algoritmo já entende que aquele conteúdo nos interessa e começa a sugerir publicações semelhantes.

Os exemplos de como os algoritmos estão presentes no cotidiano não param por aqui. Experimente falar em voz alta que gostaria de comprar um tênis na cor verde. Em poucos minutos você irá receber diversos modelos e dos mais diferentes preços com estas mesmas características nos sites de busca e nas redes sociais. É possível que o usuário tenha apenas o interesse de ter um tênis verde e que o objeto não seja uma verdadeira prioridade, mas a partir do momento que o produto aparece com mais frequência, isso pode ir alimentando um desejo maior pela compra. Dentro do marketing digital, esse processo é conhecido como jornada do cliente e diz respeito às etapas que o comprador passa até chegar à decisão final.

O algoritmo comanda, até mesmo, as escolhas que fazemos quando estamos buscando por um filme ou série em plataformas de streaming. Ele sugere conteúdos do catálogo que sejam do nosso interesse. E se pensarmos que até mesmo os currículos físicos estão ficando, progressivamente, incomuns por conta dos sistemas automatizados que otimizam esses processos seletivos? Ou que o algoritmo pode influenciar um cenário de corrida eleitoral? A eleição presidencial de 2018 no Brasil é um exemplo de como os robôs virtuais (*botnets*) podem interferir no processo. Durante a campanha, uma série de mensagens pró-Bolsonaro foram disparadas em grupos de *WhatsApp* e ao menos três redes de robôs publicaram 1.589 tuítes em uma semana (Carvalho e Lobo, 2018).

A desinformação desenfreada promovida dentro do *WhatsApp* chamou tanto a atenção que um colaborador da empresa admitiu o envio ilegal em massa por meio de sistemas automatizados que foram contratados pela própria plataforma (Loubak e Achilles, 2019). Tanto

quanto o *WhatsApp* foi importante para a vitória de Bolsonaro, o *Facebook* foi fundamental enquanto arma eleitoral para Donald Trump em 2016. As redes sociais têm impacto considerável na subjetividade do usuário e, no caso dos eleitores, podem ser usadas para manipulação e alavancagem de candidaturas.

Se em 2016 Trump utilizou as redes sociais como arma eleitoral para mobilizar sua base e vencer como “outsider”, em 2024 ele refinou sua estratégia, adaptando-se às novas dinâmicas digitais e políticas. Ao se autointitular outsider, Trump reforça sua posição como alguém de fora da elite política tradicional, apresentando-se como um empresário independente que desafia o establishment. Esse discurso, já eficaz em 2016, foi atualizado para se alinhar ao descontentamento contemporâneo com o governo Biden e Kamala Harris, apresentando-se como a solução para o declínio econômico e cultural percebido por muitos eleitores.

Em 2024, Trump ampliou seu alcance apostando em novas plataformas digitais, podcasts e influenciadores conservadores, superando o uso tradicional das redes sociais que marcou sua primeira campanha. Ele também incorporou o combate ao chamado “woke excessivo” em seu discurso – uma crítica às políticas e movimentos progressistas que, segundo ele, exageram na busca por justiça social e igualdade, gerando divisões e alienando parte da população. Além disso, prometeu revitalizar a economia e os empregos industriais, consolidando sua narrativa de defensor do “cidadão comum” contra um sistema falho.

Essa combinação de populismo atualizado, estratégia digital diversificada e apelo cultural e econômico garantiu a Trump um retorno triunfal à Casa Branca, reafirmando sua habilidade de explorar tensões sociais e culturais para mobilizar diferentes segmentos da sociedade americana.

De acordo com Morozov (2018, p. 11), as eleições de 2016 nos Estados Unidos “mostraram o alto custo a ser cobrado de sociedades que, dependentes de plataformas digitais e pouco cientes do poder que elas exercem, relutam em pensar as redes como agentes políticos”. Entretanto, entendemos ser inerente não as caracterizar dessa maneira.

O modelo de negócios das *big techs*, que em 2016 Morozov se referia como cinco principais empresas — *Alphabet Inc. (Google)*, *Apple*, *Amazon*, *Microsoft* e *Meta* — agora se expandiu para incluir até sete grandes empresas que dominam o setor, como *Tesla* e *Nvidia*. Essas “gigantes da tecnologia” evidenciam a importância da viralização das mensagens, muitas vezes deixando em segundo plano a questão da veracidade do conteúdo. Na visão do autor, o que é considerado “verdadeiro” é aquilo que gera engajamento. Nesse contexto, as fake news tornam-se notícias lucrativas para os empresários, pois são elas que se espalham e impulsionam o engajamento nas plataformas.

A ação do algoritmo funciona a partir do momento em que começamos a entregar “de bandeja” nossos gostos para as megaempresas do ramo tecnológico que monopolizam vários setores da vida contemporânea. Elas utilizam-se dos dados fornecidos pelos usuários para classificá-los e agrupá-los mediante a avaliação do comportamento, rastreamentos de contatos e conhecimento das preferências (Costa, 2021). Com esses dados em mãos, o algoritmo consegue direcionar uma mensagem/produto personalizado para cada indivíduo, fazendo com que ele fique cada vez mais tempo preso naquele conteúdo.

Tudo isso só é possível porque há uma tecnologia que possibilita o processamento de quantidades gigantescas de informações: a inteligência artificial, campo de estudo interdisciplinar que permite às máquinas e aos dispositivos eletrônicos realizarem tarefas e processarem dados que geralmente exigiriam inteligência humana. Para Beiguelman (2021),

[...] a inteligência artificial não é uma dimensão abstrata ou enrustida do cotidiano. Pelo contrário, pode-se dizer que a inteligência artificial saiu do armário faz um bom tempo. Abandonou o mundo da ficção científica e deixou de ser exclusividade dos acadêmicos das ciências exatas. Invadiu as startups, migrou para os celulares [...] e prolifera rapidamente em aplicativos e programas de edição de imagem (Beiguelman, 2021, p. 136).

O fato de estarmos imersos em uma cultura algorítmica nos faz refletir sobre a maneira como a tecnologia vem direcionando e interferindo na experiência humana. O funcionamento do algoritmo das redes sociais sempre esteve guardado a sete chaves por magnatas como Elon Musk, dono do X, e Mark Zuckerberg, fundador do conglomerado *Meta* – que conta com *Facebook*, *Instagram* e *WhatsApp*. Para Morozov (2018), há riscos quando temos poucas empresas dominando a comunicação de uma sociedade inteira. É o que ele chama de “modelo básico hipercapitalista de plataforma de empresas do Vale do Silício” (Morozov, 2018, p. 15). O autor traz como exemplo o cenário europeu, que, salvo exceções como *Skype* e *Spotify*, não sustenta redes sociais semelhantes ao *Facebook*, *Google* e *Amazon*, o que tornaria o continente totalmente dependente das megaempresas norte-americanas.

Para a filósofa e pesquisadora americana Shoshana Zuboff, as *big techs* estão andando no caminho contrário à inovação, pois sufocam as novidades do mercado que surgem com o intuito de competir com outro, mas que rapidamente são adquiridas pelas já existentes (Tecchio, 2023). Com isso, elas permanecem por mais tempo controlando a estrutura global de mercado. Esse modelo de capitalismo de informação é chamado de capitalismo de vigilância, pois, como um verdadeiro “rolo compressor tecnológico” (Zuboff, 2018, p. 18) vai modificando o comportamento humano para produzir receitas e controlar o mercado.

Na visão de Zuboff, capitalismo da vigilância e capitalismo da informação são sinônimos e estabelecem uma “nova forma de poder em que o contrato e o Estado de direito são suplantados pelas recompensas e punições de um novo tipo de mão invisível” (Zuboff, 2018, p. 46). Essa nova forma de poder atua como um poder soberano, que possui capacidade de invadir todos os aspectos da vida privada de cada indivíduo.

Um exemplo de *big tech* que colocou a inovação à frente de tudo é a *Google*. Quando a empresa lançou o *Google Street View*, recurso que permite ao usuário caminhar de forma virtual pelas ruas e avenidas de determinada localização, automaticamente enfrentou resistência no mundo pois ao mesmo tempo em que auxiliava a pessoa do outro lado da tela, escâneres extraíam dados de redes sem fio privadas, como o Wi-Fi, e a *Google* ainda fotografava casas para seus bancos de dados (Zuboff, 2018, p. 28).

O que se tem percebido nos últimos anos é uma iniciativa por parte dessas empresas em buscar maior transparência em relação ao que fazem com os nossos dados e de que forma eles são manuseados. Costa (2021) vê esse combate à falta de transparência como uma tarefa árdua, tendo em vista que os algoritmos estão ancorados em vieses individuais e que estão em constante mudança, além do fato de que muitos usuários não sabem como funcionam as decisões automatizadas. O *TikTok* é o exemplo mais recente de rede social digital que abriu seus algoritmos de classificação e compartilhamento de vídeos.

Com receio de possíveis sanções impostas pelo governo dos Estados Unidos, que suspeita que os dados da plataforma sejam compartilhados com o governo da China, a detentora do *TikTok* decidiu revelar para a agência norte-americana *Oracle*, em março de 2023, que o conteúdo que o usuário assiste está relacionado apenas a quatro funções: o que ele assiste, o que ele curte, o que compartilha e quem ele segue. Ainda que tenham disponibilizado informações às autoridades norte-americanas, é muito provável que a *ByteDance* – empresa responsável pelo aplicativo – não tenha “entregado todo o ouro” para um concorrente tecnológico.

A iniciativa dos Estados Unidos de banir o *TikTok* do país teve início em março e, já em maio, o governador de Montana, primeiro estado a proibir a rede social, assinou um projeto de lei que impedia o oferecimento da plataforma em lojas de aplicativos da *Google* e da *Apple* sob a justificativa de estar protegendo os habitantes da “vigilância do Partido Comunista Chinês” (Shepardson, 2023). Na época, uma matéria publicada pela *Reuters* apontava que as multas para violação do *TikTok* poderiam chegar a US\$ 10 mil, mas que a lei não se aplicava aos usuários em si (Shepardson, 2023). Como resposta ao banimento, uma ação contra o Estado dizendo que a decisão do governador violava direitos previstos na Primeira Emenda da Constituição, como

a liberdade de expressão por parte da empresa e dos usuários, levou o juiz responsável pelo caso a derrubar a liminar (TikTok, 2023).

Em abril de 2024, o presidente Joe Biden assinou um projeto de lei que poderia proibir o *TikTok* em território norte-americano. Com essa medida, Biden forçou empresa chinesa a vender a plataforma até janeiro de 2025 sob o risco de proibição do *TikTok* em lojas de aplicativo e nos serviços de hospedagem na internet, restringindo assim os downloads (Fung, 2024).

O problema encarado pela plataforma não fica restrito somente aos Estados Unidos, nem mesmo à rede social em questão. O *TikTok* tem encontrado entraves também em Hong Kong e na Holanda. Um ex-chefe de engenharia da operação da *ByteDance* nos Estados Unidos, ao ser demitido, entrou com uma ação contra a empresa chinesa, acusando a mesma de acessar dados de manifestantes em Hong Kong, incluindo ativistas de direitos civis do país (China, 2023). No processo, o ex-funcionário alega que membros do Partido Comunista Chinês teriam uma credencial de “superusuário”, que permitia a eles ter acesso aos dados de todos os usuários. Na Holanda, o governo já solicitou ao *TikTok* o acesso aos dados para analisar o algoritmo da plataforma. O pedido ocorre em momento crucial para o aplicativo, que vem enfrentando um bombardeio regulatório dos Estados Unidos e da União Europeia (Governo, 2023).

Na Europa, usuários do *TikTok* podem desativar o algoritmo para não receberem conteúdo personalizado da plataforma. Dessa forma, com o recurso ativo, as abas “Seguindo” e “Amigos” irão exibir publicações em ordem cronológica, enquanto a ferramenta de busca mostrará conteúdos populares de acordo com a região e o idioma da pessoa, sem influência daquilo que é do interesse de cada perfil.

A mudança, que tenta mitigar o rastreamento de dados do usuário e tornar a plataforma mais transparente, ocorre para atender aos requisitos da Lei de Serviços Digitais (DAS) da União Europeia, sendo válida para 27 países membros do bloco político-econômico. A medida deve se estender para outras redes sociais.

Além dessa, outras modificações internas estão acontecendo no *TikTok*, como o lançamento da ferramenta para resetar o algoritmo da aba “Para você”, ou *For You*, que funciona como uma página principal na qual os vídeos que aparecem são aqueles escolhidos pelo algoritmo, não incluindo – necessariamente – as pessoas que o usuário segue. Com isso, o interessado pode sempre começar “do zero” na plataforma. Outra alteração é que usuários entre 13 e 17 anos não receberão mais propagandas personalizadas, costumeiramente baseadas em suas atividades externas (Freitas, 2023).

Outra empresa que também se viu obrigada a explicar abertamente o funcionamento de seu algoritmo foi a *Meta*. No *Facebook*, por exemplo, a companhia revelou que sua prioridade sempre foi evidenciar o círculo de amizade virtual. A inteligência artificial é a responsável por analisar todo o histórico de interação em uma publicação. Se aquele conteúdo teve relevância entre um grupo de amigos que compartilhou e comentou a respeito daquilo, esse amigo virtual aparecerá mais vezes na página inicial (Freitas, 2023).

Redes sociais como *Instagram* e *Twitter* permitem silenciar determinadas palavras ou frases específicas para que elas não apareçam para o usuário. Além disso, é possível suspender as publicações sugeridas no feed. No *YouTube*, por exemplo, quando logado em seu canal o usuário pode optar por não receber recomendações de canais e playlists. Tudo isso é uma tentativa de “reeducar” a plataforma. Mas será que tem como?

Mesmo com a promoção do “livre arbítrio” para poder escolher receber ou não sugestões do algoritmo, percebe-se que a grande maioria dos usuários continua fiel ao que a plataforma recomenda, até porque traz a ele uma sensação de satisfação e habitualidade. Dessa forma, não tem motivo algum para ele mudar esse sistema, já que este foi desenhado para levar uma melhor experiência. Parece até simples de explicar, mas funciona assim: se uma pessoa gosta de futebol, ela irá consumir conteúdo de futebol e o algoritmo entregará a ela cada vez mais conteúdos a respeito. Claramente, o usuário se sentirá recompensado. Esse processo pode estar relacionado à liberação de dopamina em nosso cérebro, substância química que desempenha papéis importantes no corpo humano e que é conhecida como “hormônio da felicidade”, pois quando liberada provoca a sensação de prazer e satisfação.

Como a caixa-preta de uma aeronave – que registra dados sobre um voo, auxilia na investigação de acidentes e que, portanto, é tão protegida pelas companhias aéreas –, as redes sociais são verdadeiras “caixas-pretas algorítmicas”, de acordo com Bucher (2017). Em Morozov (2018, p. 141), vemos que a “regulação algorítmica”, orientada pela inteligência artificial, consiste na capacidade de regular e controlar aquilo que o usuário está vendo. O autor critica a afirmação de que os “dados são o petróleo do século XXI”, pois a maneira de produzir dados é – de acordo com ele – diferente da forma como a natureza produz os seus recursos. No entanto, para Morozov (2018, p. 8), embora a frase seja um clichê, devemos considerar a rapidez com que as transformações digitais aparecem na sociedade e o quão valioso têm se tornado os nossos dados pessoais.

Enquanto o algoritmo está oferecendo assuntos que agradam ao usuário, tudo parece estar em perfeita sintonia. O problema é que, durante esse processo, ele vai guardando todos os dados de acesso para que quem está por trás desse algoritmo “manuseie” essas informações. É

nesse momento que podem ocorrer distorções que direcionam para propagandas de empresas, posicionamentos políticos, entre outros campos que impactam na opinião pública e que podem acarretar em empecilho para a promoção da democracia e neutralidade.

Um perfil político que se considera alinhado à esquerda irá receber conteúdos desse tipo de viés ideológico, assim como também acontece com os direitistas. Essa recepção massiva potencializa ainda mais a polarização. Um exemplo marcante dessa estratégia foi o “Gabinete do Ódio”, milícia digital que disseminava fake news nas redes sociais durante o governo Bolsonaro e que era encabeçada por seu filho Carlos Bolsonaro, além de outros homens de confiança da família.

O algoritmo tem potencial para promover desinformação e discurso de ódio nas redes ao passo em que faz uso da fragilidade psicológica do usuário para gerar engajamento por meio de ações extremas. As notícias falsas sobre vacinação e fraude eleitoral comprovam exatamente essa assertiva. Durante o enfrentamento da pandemia de Covid-19, foi possível perceber que a desinformação caminhou a passos muito mais rápidos se comparada à única campanha de conscientização executada pelo Governo Federal.

O então ministro da Saúde Marcelo Queiroga enfrentou uma série de desafios durante sua gestão, especialmente em relação à vacinação contra a COVID-19. Embora tenha assumido o cargo em um momento crítico, em março de 2021, com a pandemia em plena aceleração, Queiroga foi frequentemente colocado em uma posição delicada devido à interferência direta do ex-presidente Jair Bolsonaro. Bolsonaro minimizava a gravidade da pandemia, questionava a eficácia das vacinas e promovia tratamentos não comprovados, como a cloroquina. Mesmo diante de orientações técnicas e científicas que recomendavam uma postura mais alinhada com o consenso global, Queiroga, em muitos momentos, não se opôs publicamente a essas abordagens e, em vez disso, procurou adaptar-se à agenda do presidente.

A comunicação do Ministério da Saúde, sob sua liderança, foi marcada por mensagens inconsistentes e contraditórias, o que gerou confusão e desconfiança entre a população. Em um momento em que a transparência e a clareza eram cruciais para a eficácia das campanhas de vacinação, a falta de uma postura firme e a acomodação às decisões políticas de Bolsonaro contribuíram para a propagação de desinformação e para a diminuição da confiança pública nas políticas de saúde do governo federal.

Apesar de suas tentativas de implementar as recomendações da Organização Mundial da Saúde (OMS) e de outros organismos internacionais, a postura de Queiroga acabou sendo vista, por muitos, como uma subordinação política que comprometeu a liderança do Ministério da Saúde em um momento decisivo.

## 2.4. A construção de bolhas e a vigilância digital

A forma como os dados são manipulados no ambiente digital permeia a sociedade já há algum tempo. Os rastros que deixamos ao navegar pela web em busca de um produto ou as interações que temos nas redes sociais são alguns dos exemplos de como as informações pessoais tornaram-se um produto. Zuboff (2018, p. 32) utiliza-se do termo “*data exhaust*” para caracterizar esse volume de dados que é produzido, processado e que, posteriormente, é deixado para trás por nós enquanto usuários.

Ao mesmo tempo em que as empresas oferecem essa “liberdade” de buscar e pesquisar por algo, elas vão armazenando toda a nossa atividade online em um banco de dados que está em constante atualização. Por esse motivo, o funcionamento do algoritmo de redes sociais é guardado a sete chaves.

Outro aspecto relevante a ser debatido é o peso que damos à nossa própria imagem no ambiente digital. Beiguelman (2021, p. 36) observa que essas imagens ganharam “dimensões tridimensionais e se multiplicaram, tornando-se um dos espaços mais importantes de sociabilidade e comunicação do século XXI”. Para a autora, isso está diretamente ligado à popularização das câmeras e ao surgimento de novos perfis sociais.

Beiguelman (2021, p. 68) também destaca como naturalizamos a vigilância, sem nos preocuparmos com os dados que nossas fotos contêm, como a data, o local e o horário em que foram tiradas, ou com a forma como as redes sociais identificam nossos rostos nas imagens. Em outras palavras, somos observados e monitorados pelas imagens que produzimos, pelos locais que frequentamos e pelas informações que compartilhamos (Beiguelman, 2021, p. 69). No entanto, já estamos tão acostumados com essa realidade que raramente nos surpreendemos com ela. Nesse contexto, para Beiguelman, a ideia de panóptico não se enquadraria no ambiente digital, pois é necessário

[...] entender o modelo de vigilância algorítmica como um novo modelo de vigilância, cuja ênfase recai na relação entre os indivíduos, em detrimento do controle centralizado sobre todos do panóptico do jurista inglês Jeremy Bentham (Beiguelman, 2021, p. 70).

A metáfora do panóptico é utilizada pelo filósofo e jurista Jeremy Bentham para descrever o que seria um modelo de penitenciária ideal. Nela, um único vigilante conseguiria observar todos os presos sem que eles vissem o vigilante e a si mesmos. O panoptismo está

inserido dentro do conceito de sociedade que estudiosos dos séculos XVIII e XIX chamaram de sociedade disciplinar, esta pautada na organização social regida por regras, dispositivos de controle e meios de confinamentos, como a casa, a escola e o presídio (Foucault, 2013; Deleuze, 1992).

Contudo, Deleuze (1992, p. 220) aponta para o declínio da sociedade disciplinar após a Segunda Guerra Mundial, quando houve uma crise dos meios de confinamentos. De acordo com o autor, a sociedade disciplinar saiu de cena para a chegada da era da sociedade de controle, na qual as redes digitais mediam a circulação da informação e controlam o ciberespaço. Enquanto a sociedade disciplinar tinha como objetivo “adestrar” as pessoas a longo prazo, a sociedade do controle exerce essa dominância de maneira contínua, porém num curto espaço de tempo e de forma mais eficiente. O fato de as redes sociais coletarem nossos dados pessoais, como localização e hábitos de consumo, determinar os conteúdos que vemos e censurar aquilo que não devemos ver são exemplos de como estamos inseridos na sociedade do controle atualmente.

Diferentemente do que é proposto na sociedade disciplinar, no novo modelo de vigilância – aplicado ao funcionamento das redes sociais –, todos controlam e são controlados a partir de suas interações pessoais e o rastreamento passa a depender da exposição da intimidade pessoal do sujeito em rede (Beiguelman, 2021, p. 71). O filósofo sul-coreano Byung-Chul acredita que nas redes sociais não seria possível adotar o sistema do panóptico, pois no ambiente digital todos se veem e são vistos, não havendo centro e nem periferia (Han, 2017).

Han explica que o capitalismo de hoje é o capitalismo do curtir e que, enquanto consumimos e produzimos informação na web e nas redes sociais, “estamos nos submetendo ao contexto de dominação” (Han, 2018, p. 27). Para o autor, o instrumento principal dessa dominação é o smartphone que, na visão dele, é uma “ferramenta de subjugação digital que cria viciados” e que funciona como um confessionário digital (Fanjul, 2021).

É por meio do smartphone que o usuário vai se submetendo à vigilância desenfreada. E isso não se restringe à rede social X ou Y. O governo norte-americano alegou que o *TikTok* é um projeto de espionagem chinesa para acessar dados. Mas e quanto às outras plataformas que estão nas mãos de empresas estadunidenses? Estas também sequestram dados sem pedir licença e afetam nossa maneira de pensar. A pergunta que fica é: será que vale tudo pelo like? Vale concordar com essa invasão de privacidade? Parafraseando Han, o like tornou-se o amém digital. É como uma aprovação para seguir em frente. Com isso, continuamos à mercê de quem detém o poder dentro do sistema do capitalismo de vigilância, deixando de lado a vida social e nossos próprios interesses.

O fato de estarmos imersos em uma cultura algorítmica nos faz refletir sobre a maneira como a tecnologia vem direcionando e interferindo em nossas experiências. Para Sibilia (2008),

[...] tanto na internet quanto fora dela, hoje a capacidade de criação é sistematicamente capturada pelos tentáculos do mercado, que atçam como nunca essas forças vitais e, ao mesmo tempo, não cessam de transformá-las em mercadorias (Sibilia, 2008, p. 10).

A sociedade ocidental tem passado por grandes mudanças que afetam tanto a maneira como percebemos o mundo quanto nossa própria forma de nos apresentar. Corpo, roupas, gestos e expressões faciais se tornam uma espécie de “embalagem” para um eu em busca de reconhecimento, aplausos e sucesso (Sibilia, 2008). Segundo a autora, nas redes sociais, o corpo e sua intimidade são exibidos como parte de um verdadeiro “festival de vidas privadas”, onde vários olhares se voltam para determinados eventos, que podem ser acessados com um simples clique (Sibilia, 2008, p. 27). Essas mudanças não necessariamente são restritas ao universo virtual e suas interações, pois

[...] são inúmeros os indícios de que estamos vivenciando uma época limítrofe, um corte na história; uma passagem de certo ‘regime de poder’ para um outro projeto político, sociocultural e econômico. Uma transição de um mundo para outro (Sibilia, 2008, p. 15).

Beiguelman (2021, p. 46) explica que essa autoexposição coloca as pessoas em um ciclo compulsivo do “show do eu”, conceito também explorado por Sibilia (2008) para descrever o fenômeno de tornar a vida privada um espetáculo. Vivendo sob o olhar das câmeras, muitas vezes nos preocupamos em registrar e postar algo antes mesmo de vivenciá-lo plenamente (Beiguelman, 2021, p. 39), como se a câmera justificasse a própria presença.

A exibição da intimidade indica que “não apenas os muros e paredes foram transpostos, mas também baús, gavetas e cadeados que guardavam os pequenos e grandes segredos do cotidiano”. Esse fenômeno ocorre porque até os segredos mais privados são levados para as redes sociais (Dal Bello, 2011, p. 142). É importante notar que essa exposição excessiva frequentemente ultrapassa os limites, podendo causar sérios problemas psicológicos e/ou sociais.

A autoexposição na rede social pode também ocasionar a destruição de toda uma reputação que foi construída ao longo do tempo. Para tanto, Antoun (2010, p. 150) destaca a importância de se ter um sobrecuidado com a imagem e com o efeito do discurso. Em 2014, uma dona de casa foi espancada até a morte no Guarujá, litoral de São Paulo, depois de ter seu

nome espalhado em boato nas redes sociais como suposta sequestradora de crianças para prática de magia negra. Mais tarde, a Polícia Civil apurou que a foto divulgada no *Facebook* era de uma mulher inocente, que não tinha relação alguma com a história. Todavia, a raiva aflorada e potencializada internet fez com que moradores agissem por impulso e crueldade (Rossi, 2014).

Durante a Copa do Mundo sediada na Rússia, em 2018, um outro caso chamou a atenção. Na época, um grupo de brasileiros gravou um vídeo desrespeitando e constrangendo mulheres russas. Por conta do rápido alcance possibilitado pelas redes sociais, o vídeo chegou até a companhia aérea Latam, que identificou ainda no mesmo ano do evento esportivo que um dos homens que apareceram no vídeo era funcionário da empresa e o demitiu (Latam, 2018).

Outro exemplo do efeito que a autoexposição pode causar é o da professora Lorena Santos, da rede pública do Distrito Federal. Em 20 de abril de 2023 a docente postou uma foto dizendo estar com uma “roupa especial para o dia do massacre” – em alusão à chacina que ocorreu em Columbine, nos Estados Unidos, em 1999, quando 12 estudantes e um professor foram mortos. O caso tomou grande proporção pois naquele mesmo dia completava-se 24 anos do episódio (Pinheiro e Carone, 2023).

Nos dias atuais, não conseguimos passar mais a vida sem perceber a nossa própria passagem e ainda deixar marcas. Um exemplo claro dessas marcas é a rede social francesa *BeReal*, criada no final de 2019 para “mostrar a vida como ela realmente é”. Nela, o usuário deve postar fotos instantâneas daquilo que está fazendo no exato momento. Não há tempo sequer para uma edição de imagem. A ideia é que as fotos fujam daquilo que se enquadra como “instagramável”. Todos os dias, em horários diferentes, o usuário é notificado para publicar duas fotos, sendo uma frontal e outra traseira. Ele tem apenas 2 minutos para realizar a ação e, se a imagem não sair como esperada, é possível refazer. Entretanto, os amigos verão a quantidade de tentativas. Caso não poste naquele momento, a pessoa fica impossibilitada de ver o conteúdo de outros amigos. Funciona como uma “ordem”, e a foto feita tem a função de “desbloquear” o aplicativo.

A justificativa para a criação da *BeReal* é que, nas outras redes sociais, os usuários demonstram ter uma vida perfeita e bem distante da realidade, tendo tempo suficiente para escolher cenário e filtro. Em abril de 2022, ano em que o aplicativo ganhou popularidade entre os nascidos de 1990 a 2010, sua base de usuários cresceu em mais de 315% (Só, 2022). Em setembro do mesmo ano, se comparado a janeiro, esse número já era bem maior. O aumento foi de mais de 2.000%, o que revela ter havido adesão por parte do público, sendo os Estados Unidos e o Brasil os países que mais baixaram o aplicativo (Turbiani, 2022).

As redes sociais têm se inserido na rotina das crianças de maneira cada vez mais precoce. Um exemplo claro disso pode ser observado em uma praça de alimentação de shopping, onde é comum ver adultos acompanhados de seus filhos pequenos. Muitos pais entregam um celular ou tablet para as crianças enquanto fazem suas refeições, ou, em alguns casos, as crianças já possuem seus próprios dispositivos. Embora os pais justifiquem essa atitude como uma forma de garantir um momento de paz, sem que os filhos fiquem pedindo coisas ou fazendo algazarras, é sabido que essa estratégia pode prejudicar o desenvolvimento das crianças

De acordo com a pesquisa TIC Kids Online Brasil, coordenada pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil, 88% das crianças e adolescentes de 9 a 17 anos que usam a internet possuem, ao menos, um perfil em rede social. A preferida pela juventude é o *TikTok*, sendo a rede que mais faz sucesso entre crianças de 11 e 12 anos (88%, 2022). Chama a atenção também o fato de que, para criar um perfil na plataforma em questão, a idade mínima é de 13 anos. No entanto, o sistema permite que o usuário insira qualquer ano de nascimento.

## 2.5. A rede social *TikTok*

Rede social conhecida pela publicação de vídeos curtos, música e dança, o *TikTok* surgiu na China em 2016, tendo sido criado pelo empresário Zhang Yiming ainda com o nome *Douyin*. Ele foi lançado internacionalmente com o nome *TikTok* em 2018, após a *ByteDance* adquirir a plataforma *Musical.ly*, que já existia desde 2014. A aquisição e fusão entre *TikTok* e *Musical.ly* deram ao *TikTok* uma base de usuários mais ampla, especialmente nos EUA e em outros mercados ocidentais.

O usuário de redes sociais que procura pelo nome *TikTok* em plataformas de downloads na China, não o encontra, assim como os chineses não conseguem acessar *Instagram*, *WhatsApp*, *Twitter*, *Snapchat*, *ChatGPT*, entre outros. Apesar dos nomes diferentes, não há mudanças no software e funcionamento de *Douyin* e *TikTok*, até porque ambos pertencem à mesma desenvolvedora e o *Douyin* é apenas uma “versão doméstica” do *TikTok*. O que de fato se difere é que os usuários chineses utilizam a aplicação de filtros para modificar o tom da pele e os traços do rosto, com o intuito de embelezar o personagem que está por trás das câmeras (Kleina, 2024). Outra estratégia é que o *Douyin* adota um foco em *live shopping*, formato que é bastante popular na China e que consiste na criação de transmissões ao vivo para vender produtos. Este mercado de *live shopping*, também chamado de *live commerce*, tem movimentado US\$ 157 bilhões no mundo todo, com a China sendo responsável por mais de

60% desde número (Live-commerce, 2023). Após do país asiático está o Brasil, com um potencial enorme de crescimento em interações e vendas por *live* (Tripoli, 2023).

No Brasil, o aplicativo *TikTok* pode ser baixado em smartphones com sistemas operacionais Android e IOS, por meio das lojas virtuais *Google Play Store* e *Apple Store*, respectivamente. Embora tenha sido desenvolvida para versões mobile, em telas de celulares e tablets, é possível acessar a rede social pelos navegadores de busca na web.

Na página inicial do aplicativo há cinco opções de menu: início, criar vídeo (+), caixa de entrada e perfil. O usuário pode, ainda, escolher se assiste ao conteúdo do grupo “Seguindo” ou “Para você”. No primeiro, o usuário tem acesso à vídeos postados por perfis que segue em sua conta, enquanto no segundo o algoritmo direciona perfis aleatórios que publicam conteúdos semelhantes aos que o usuário tem visto com uma certa frequência. No canto superior direito há uma lupa, onde é possível procurar por palavras-chaves. Depois de digitar a palavra e clicar em buscar, aparecem botões com opções de vídeos dessa temática, usuários que levam essa palavra em seus nomes de perfis, *lives* realizadas sobre esse assunto e hashtags (Figuras 1 e 2).

**Figura 1** – Print de tela feito a partir do resultado com a palavra “esquerda”



Fonte: TikTok, 2024

**Figura 2** – Print de tela feito a partir do resultado com a palavra “direita”

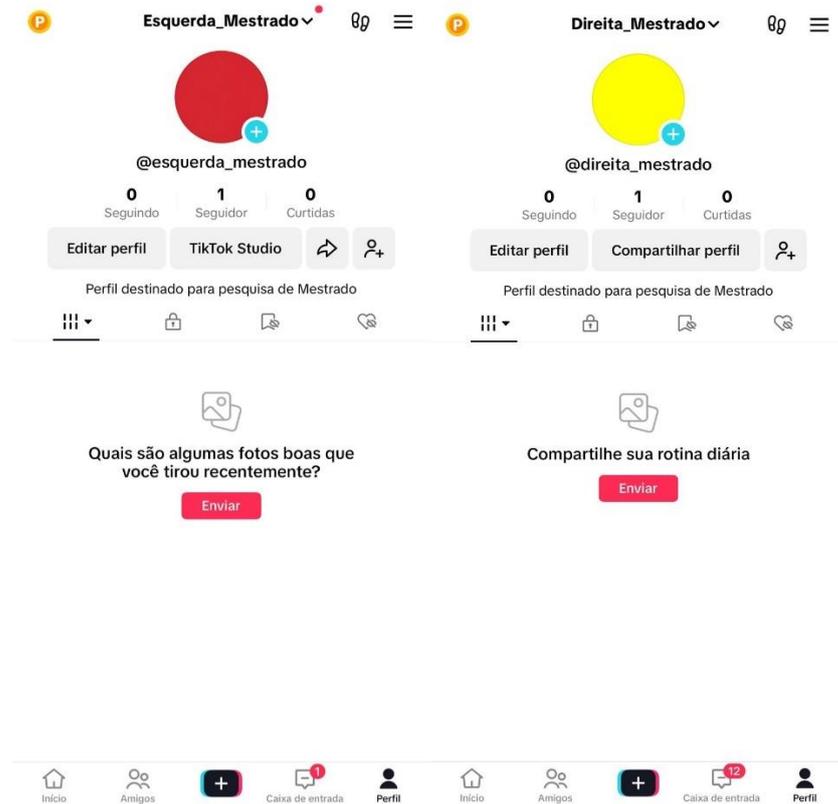


Fonte: TikTok, 2024

Para criar um vídeo, o usuário deve clicar na opção (+) no menu inicial e começar a gravação, que pode ter de 15 segundos a 10 minutos de tempo de duração. Além do vídeo, a plataforma permite iniciar uma transmissão ao vivo e até postar vídeos e fotos já salvos na galeria do smartphone. Com o vídeo feito, é possível editá-lo, adicionando filtros, textos e até alterando sua velocidade. Por último, o usuário pode adicionar uma legenda e hashtags, e publicá-lo. As hashtags são extremamente relevantes, pois funcionam como uma etiqueta de identificação para que a publicação seja encontrada mais rapidamente e por mais pessoas.

À aba perfil compete toda a parte de configurações da conta. Nela, o usuário pode inserir foto, adicionar nome e biografia, incluir links de seu perfil no *Instagram* e conta do *YouTube*, encontrar amigos e verificar o alcance de sua conta. É nesta aba, também, que o usuário vê o número de seguidores, quantas pessoas ele segue e todos os vídeos que já publicou (Figuras 3 e 4).

**Figuras 3 e 4** – Print de tela da aba “perfil” no TikTok

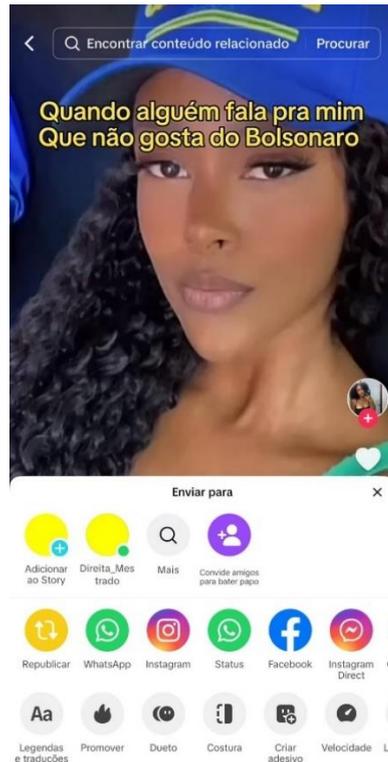


Fonte: TikTok, 2024

Assim como em outras redes sociais, as interações acontecem por meio de curtidas, comentários e compartilhamentos. Para compartilhar um vídeo com alguém, basta clicar no ícone do *WhatsApp* que aparecerá opções para republicar no *Instagram*, *Facebook* e *X*, copiar link ou enviar para amigos do *TikTok*.

Nesta aba de compartilhamento os usuários podem utilizar-se de dois recursos da plataforma, o “dueto” e o “costurar”. O “dueto” possibilita ao usuário dividir a tela com um vídeo de outro usuário de modo a reproduzi-lo de forma simultânea. Já a função “costurar” permite selecionar um trecho de um vídeo antigo já publicado e adicionar um outro final para esse vídeo, por isso leva o nome de “costurar”, no sentido de costurar a fala (Figura 5).

**Figura 5** – Print de tela da opção de compartilhamento



Fonte: TikTok, 2024

Outros conteúdos em vídeo que existem dentro da plataforma chamam a atenção, como as paródias, desafios, redublagens, cantos e danças, vlogs, tutoriais e trechos recortados. Os cantos e danças, como o próprio nome já diz, diz respeito ao carro-chefe do *TikTok*. Há, inclusive, um movimento de interesse tanto por parte dos artistas quanto das gravadoras para produzirem músicas com ritmos que possam viralizar na plataforma. Em entrevista ao iG Gente em 2022, o carioca DJ Braga explicou que hoje as músicas são produzidas pensando na batida e no passinho que pode se encaixar no *TikTok*. Quando são divulgadas nas redes sociais, essas músicas já aparecem até mesmo com a coreografia pronta (Lemos, 2022), o que nos faz refletir sobre o que antes os artistas tanto prezavam: a qualidade da melodia e da letra.

No caso da paródia, os vídeos consistem na recriação de algo já existente, mas a partir de um ponto de vista cômico e satírico. No *TikTok*, os usuários utilizam-se muito de paródias a partir de músicas que já existem. Os desafios (*challenges*, em inglês) são, também, uma ótima oportunidade para envolver o público na plataforma. Eles servem para incentivar mais pessoas a realizarem determinada atividade que o desafio propõe, como ficar de um lado da tela se concorda com um tema e do outro se discorda. É importante frisar que há desafios apenas para descontrair as pessoas, como o caso citado acima, enquanto existem outros que ligam um sinal de alerta para os pais que permitem que os filhos usufruem das redes sociais.

Além das paródias e desafios, o aplicativo permite ao usuário que ele faça tutoriais, vídeos que correspondem a um passo a passo para produção de algum objeto, como ocorre também em outras plataformas como *YouTube* e *Instagram*. A redublagem é outra possibilidade de conteúdo que o aplicativo oferece. Ela funciona da seguinte forma: a plataforma coloca uma fala de uma pessoa, podendo ser um ator ou atriz, ou toca uma música de um cantor (a). A partir disso, o usuário precisa dublar o videoclipe usando os recursos de edição da rede social. Por último temos o modelo de vlog, que funciona com um relato pessoal que mostra o lado íntimo da pessoa, como o seu dia a dia. Nesse sentido, em vídeos feitos nesse formato, o usuário mostra tudo aquilo que faz parte de seu cotidiano, como o lugar em que vive e frequenta, e os elementos que compõem essas histórias. Não deve haver, nesse caso, estilizações e rostos repletos de maquiagem, pois a busca não é por paisagens instagramáveis.

Diferentemente do que ocorre nas dancinhas, quando o smartphone é colocado escorado em algum objeto e a câmera fica estática para que o usuário fique em frente a ela realizando uma coreografia, no caso dos vlogs, a câmera atua como uma extensão do corpo e o movimento feito com o celular nas mãos acompanha a intensidade da fala. O que é recorrente tanto nas dancinhas quanto nos vlogs é o que Pereira de Sá e Polivanov (2012) chamam de “coerência expressiva”, quando os influenciadores mantêm um padrão de comunicação consistente com seu público de modo com que isso se torne tão natural que seja difícil reconhecer o que é virtual ou real e performado ou cotidiano (Sibilia, 2015).

Apesar da diversidade de formatos que o *TikTok* oferece nos dias atuais, há uma gama enorme de possibilidades que podem ainda surgir e serem exploradas pela comunidade tiktoker, que está sempre aberta a conhecer novas formas de produção de conteúdo. Os aspectos mencionados demonstram, ainda, que o *TikTok* possui uma interface simples e intuitiva, o que desperta o interesse dos usuários e torna-os dependentes da plataforma. Apesar do sucesso de audiência, a questão da privacidade e do funcionamento de seu algoritmo chamam a atenção. Em entrevista à BBC, o especialista em tecnologia na China Matthew Brennan, autor do livro *Attention Factory: The Story of TikTok and China's ByteDance*, disse que o formato do *TikTok* foi pensado para ser viciante, pois ele aprende o que o usuário gosta e não gosta. Outro fato preponderante é que a plataforma dá a sensação de poder para o usuário, pois o que cada um vê é diferente. Enquanto no *YouTube* e na *Netflix* o usuário pode assistir algo por um longo período de tempo sem clicar na tela, no *TikTok* ele está o tempo todo deslizando o dedo no smartphone. Isso mostra que o usuário está no comando, que ele pode escolher se quer ou não ver aquilo (Orgaz, 2020).

Ainda que tenha sido o segundo aplicativo mais baixado em 2019 (TikTok, 2020), foi em 2020 – durante a pandemia de Covid-19 – que a rede social explodiu em audiência. Com a população em isolamento social, período em que muitos trabalharam em regime de home office ou tiveram atividades suspensas, sobrou ao *TikTok*, mas não somente a ele, a tarefa de oferecer um momento de distração e risadas diante de tantas notícias ruins.

No ano seguinte, o aplicativo superou outra marca, a de 1 bilhão de usuários ativos no mês. O resultado teve um significado relevante entre os gigantes da web, pois com este número o *TikTok* se aproximou ainda mais do concorrente *Instagram*. A disputa foi ganhando mais episódios, quando a *Meta* percebeu a proximidade da rede social chinesa e criou no *Instagram* uma função exatamente igual à que o *TikTok* oferece, o “reels”, que permite ao usuário fazer montagens e dublagens (TikTok, 2021). Outra plataforma que não quis ficar atrás na corrida de vídeos curtos foi o *YouTube*, que criou em junho de 2021 o formato *YouTube Shorts*.

Se em 2019 o aplicativo foi um dos mais baixados, ficando atrás somente do *WhatsApp*, há quatro anos consecutivos ele figura na primeira posição (2020, 2021, 2022 e 2023). Um levantamento realizado pela *Apptonia*, empresa estadunidense de software, mostrou que em 2022 foram realizados 672 milhões de novos downloads da plataforma, tanto na *Google Play* como na *Apple Store*, ou seja, 124 milhões a mais do que o *Instagram* (Possa, 2023).

Em 2023, o *TikTok* teve 1 bilhão de downloads realizados, deixando para trás o *Instagram*, com 829 milhões; o *Facebook*, com 635 milhões; o *WhatsApp*, com 541 milhões; e o *Capcut*, com 478 milhões (Matos, 2024). Em dezembro de 2023, a marca bateu um novo recorde, tornando-se o primeiro aplicativo móvel que não se enquadra em jogo a gerar mais de US\$ 10 bilhões em receita bruta, crescimento de 61% se comparado com o início de 2023. Esses números vêm das moedas virtuais que são utilizadas pelos usuários para adquirir um presente para criadores de conteúdo. Posteriormente, esse criador transforma a moeda em diamante virtual e, em seguida, em dinheiro real. É o mesmo funcionamento observado em jogos como *Candy Crush*, *Honor of Kings*, entre outros (Spadoni, 2023).

Se considerarmos a rapidez com a qual a plataforma cresceu, os recordes de downloads e número de usuários são surpreendentes. Outro ponto que chama a atenção no *TikTok* é sua monetização. No início, seus usuários não eram monetizados, mas, em novembro de 2022, foi lançado o Programa Criativo TikTok Beta, que remunera os criadores de conteúdo do aplicativo. Entretanto, é necessário cumprir com alguns requisitos para se enquadrar nos critérios de elegibilidade propostos pelo *TikTok*, como ter mais de 10 mil seguidores, mais de 100 mil visualizações nos vídeos dos últimos 30 dias, ter mais de 18 anos e publicar vídeos com um minuto ou mais de duração. A plataforma reforça, ainda, que o usuário produza vídeos

originais e com qualidade na filmagem e edição (Programa, 2024). O valor bruto em dólar pode variar, mas pequenos influenciadores afirmam que recebem, em média, US\$ 0,15 a cada mil visualizações, o que equivale a R\$ 0,75. Para receber R\$ 1.000,00 por mês, por exemplo, o produtor de conteúdo precisa ter ao menos 1,4 milhão de views no período de rentabilização, considerando a cotação do dólar americano em julho de 2023, de R\$ 4,78 (Andrade, 2023).

Outro dado relevante da plataforma é que 55% dos usuários são mulheres, enquanto os homens correspondem a 43%. A maioria dos usuários tem menos de 30 anos, de acordo com pesquisa realizada em 2022, com a maior porcentagem (36,8%) dentro da faixa etária de 18 a 24 anos (TikTok, 2024). Entre as principais audiências da rede social, estão os norte-americanos, com mais de 135 milhões de usuários. Atrás dos Estados Unidos, Indonésia, Brasil, Rússia e México. Entretanto, se analisarmos a penetração do *TikTok* dentro de cada país, temos a Arábia Saudita na liderança. A cada 10 sauditas, 9 estão usando o aplicativo, o que corresponde a quase 6 vezes a média global. Chama a atenção também que 9 dos 10 países com maior taxa de penetração do *TikTok* na sociedade estão localizados na Ásia, com exceção do Chile, que ocupa a oitava posição, com 57,5% de adesão. Além da Arábia Saudita e do Chile, completam a lista os Emirados Árabes, Kuwait, Tailândia, Qatar, Malásia, Camboja, Cazaquistão e Vietnã (Pereira, 2024).

Inicialmente, a plataforma permitia vídeos de apenas 15 segundos, passando depois para 60 segundos. Ao longo dos anos, o limite de tempo foi subindo para 3 e 5 minutos, até chegar em 10 minutos no ano de 2022. Posteriormente, o aplicativo começou a testar o envio de vídeos com até 15 minutos (Duffy, 2023) e depois com até 30 minutos (Marques, 2024), sob a justificativa de que alguns conteúdos específicos necessitavam estar mais tempo na tela do usuário. A ação, ainda que altere o modelo que a empresa defendeu desde seu lançamento, demonstra que a *ByteDance* olha frequentemente para o mercado de consumo para atender seu público da forma que melhor o captive. Ao passo em que redes sociais como *Instagram* e o *YouTube* criam funções similares ao *TikTok*, a plataforma chinesa está atenta às possibilidades de fazer o que essas também fazem.

O alcance é tão grande que encanta não somente os influenciadores, mas também empresas de negócios, grupos de comunicação, marcas de varejo e até figuras da política partidária. No jornalismo são vários os exemplos de empresas que já estão na rede social. Dos brasileiros *Folha de S. Paulo*, *Estadão*, *O Globo* e *CNN Brasil*, aos norte-americanos *The New York Times* e *The Wall Street Journal*, sem passar despercebido pelo espanhol *El País*, o alemão *Deutsche Welle (DW)*, o francês *Le Figaro* e o italiano *la Repubblica*. Há também perfis cujo proprietário é o próprio jornalista. A presença de grandes conglomerados como estes no *TikTok*

indica que a rede social vai muito além da produção de dancinhas, podendo ser também utilizada como ferramenta informacional para os mais jovens, público que consome conteúdos via plataforma e que almeja ver um produto diferente daquele robusto e de linguagem rebuscada que é visto na televisão, em jornais impressos ou em sites de notícias.

O tecnólogo-chefe do *Google*, o indiano Prabhakar Raghavan, disse em uma conferência que um relatório feito pela empresa com jovens dos Estados Unidos, de 18 a 24 anos, indicou que essa geração tem optado por realizar pesquisas no *TikTok* e no *Instagram* ao invés de usar o sistema de buscas do *Google* (Alves, 2022).

Assim como ocorre na área da comunicação social, as redes sociais também fazem parte do cotidiano de partidos, candidatos e atores políticos, sendo especialmente utilizadas durante os períodos de campanha eleitoral para angariar apoio. Assim como o *WhatsApp* e o *Telegram* foram importantes em eleições passadas, o *TikTok* tem ganhado força como instrumento político. Entre as figuras políticas que aparecem na plataforma, temos os exemplos do presidente Lula, com 4,4 milhões de seguidores; o ex-presidente Jair Bolsonaro, com 5,6 milhões; e o deputado federal Nikolas Ferreira, com 5,4 milhões, de acordo com dados coletados em 16 de março de 2024. Seus conteúdos são variados, mas grande parte é voltada às ações e projetos. Alguns desses políticos são, até mesmo, menos conhecidos no Congresso Nacional, mas atraem fieis no aplicativo. É o caso de Matheus Laiola, também deputado federal e delegado de Polícia Civil do Paraná, que fala com seus pares a respeito de cuidados com pets e faz denúncias de maus-tratos aos animais. Laiola possui 4,1 milhões de fãs no *TikTok* (Entre, 2023).

Com a chegada de personalidades públicas ao *TikTok*, o número de produtores de conteúdos voltados à temática política também cresceu. São incontáveis os perfis que publicam, informam e engajam outras pessoas na plataforma. De direita, esquerda ou centro, conservadores ou radicais, com poucos ou muitos seguidores e seja qual for o formato escolhido para chamar a atenção do público, eles se fazem presentes. Em razão dessa expansão é que os atores políticos farão parte do presente trabalho.

### 3. Perfis políticos no TikTok

Este terceiro capítulo abordará as etapas percorridas para alcançar o panorama crítico-reflexivo que foi proposto sobre os conceitos e valores associados ao binômio direita e esquerda no Brasil. Para tanto, fez-se necessário identificar trabalhos acadêmicos que em momentos diferentes já investigaram o contexto político dentro da plataforma, como são os casos de Estados Unidos, Espanha e Equador. Ainda neste capítulo, mostraremos exemplos de candidatos políticos brasileiros que mantêm perfis na plataforma para engajar seus apoiadores, como são os casos de Nikolas Ferreira e Guilherme Boulos. Ao explorar casos como esses, veremos que o tipo de conteúdo publicado por figuras políticas e a forma como interagem com o público são fundamentais para que eles possam transmitir suas mensagens, mobilizar ativistas e influenciar a opinião pública. Dessa forma, o capítulo contribuirá para uma compreensão mais holística do cenário, combinando insights de trabalhos acadêmicos anteriores com exemplos práticos e específicos do contexto brasileiro.

O artigo *Dancing to the Partisan Beat: a first analysis of political communication on TikTok* trata-se uma análise dos conteúdos produzidos com vieses políticos no aplicativo a partir da seleção de uma amostra de quase 6 mil vídeos publicados por perfis pró-democratas, pró-republicanos e apartidários nos Estados Unidos. O estudo foi feito por três pesquisadores da Universidade Técnica de Munique, durante o período de outubro de 2019 a fevereiro de 2020. O resultado permitiu observar que, enquanto os democratas publicavam com mais constância, os republicanos obtinham mais engajamento com curtidas, compartilhamentos e comentários.

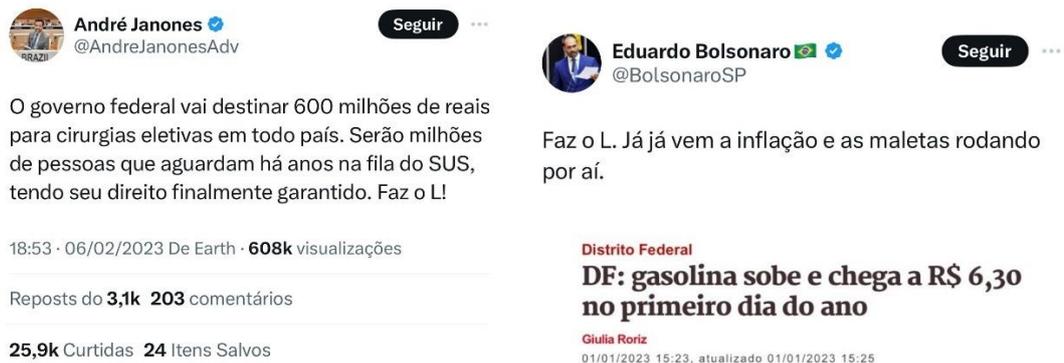
Ambos os lados do espectro político recorreram ao uso de hashtags, com destaque para os pedidos de impeachment de Donald Trump e questões ligadas ao movimento LGBTQIAPN+ por parte dos defensores da ideologia democrata. Por outro lado, os republicanos aproveitaram-se das palavras que fizeram parte do slogan de campanha de Trump, como *#facts* e *#openyoureyes* (Serrano et al, 2020). Notamos, então, como os slogans utilizados por personagens políticos mobilizam adeptos dentro e fora das redes sociais. Um exemplo é a expressão “faz o L”, sinal com as mãos que é referência ao presidente Lula e seus fãs quando empregado em agendas positivas, mas que passou a ser utilizada também pelos apoiadores do ex-presidente Bolsonaro quando querem expressar um sentimento de ironia com relação a alguma atitude do governo atual.

De acordo com um levantamento feito pela empresa de consultoria Arquimedes, que monitora e analisa redes sociais, números revelaram que o termo “faz o L” foi utilizado em mais de 1,5 milhão de publicações no *Twitter*, por 538 mil usuários diferentes em um período

de recorte do início do governo, sendo de 1 de janeiro de 2023 a 23 de fevereiro de 2023. A pesquisa mostra também que bolsonaristas representam 52,5% das pessoas que usam a expressão, enquanto os apoiadores do atual governo correspondem à 47,5% (Couto, 2023).

O resultado chama a atenção pelo fato de o slogan ter surgido com Lula, mas ser mais utilizado por defensores de Bolsonaro. Além disso, esses dados reforçam a necessidade de adotar uma melhor estratégia de comunicação diante do debate digital por parte das pessoas pró-governo. Nas figuras 6 e 7 vemos dois exemplos de usos do slogan, um feito pelo deputado federal André Janones, que já criticou publicamente o atual presidente Lula, mas atuou na coordenação da campanha digital do presidente, e de Eduardo Bolsonaro, também deputado federal, que utiliza o termo “faz o L” como um meme para alfinetar o governo Lula sobre o aumento no preço do combustível.

**Figuras 6 e 7 – Recortes dos perfis de André Janones e Eduardo Bolsonaro no Twitter**



Fonte: Twitter, 2024

Um outro trabalho, conduzido por pesquisadores da Universidad Autónoma de Barcelona e Universidad Rey Juan Carlos, identificou os tipos de conteúdos publicados no *TikTok* pelo partido político espanhol Podemos, criado em 2014 e que se situa no espectro político à esquerda. Atualmente, o país europeu da Península Ibérica conta com cinco partidos de âmbito estatal: Partido Socialista Operário Espanhol (PSOE), Partido Popular (PP), Cidadãos (Cs), Podemos e Vox. Partido criado mais recentemente na Espanha, o Podemos mantém um discurso populista, emotivo e polarizado, que é refletido na rede social. No entanto, nota-se que, embora façam uso dos recursos disponibilizados pela plataforma, como sons, efeitos e hashtags, os responsáveis pela conta do partido político ainda não se adaptaram ao formato do *TikTok*, tendo em vista que apenas replicam o mesmo conteúdo que é postado em outras redes sociais (Cervi et al, 2021). Em março de 2024, o perfil @ahorapodemos contava com 438,1 mil seguidores.

Pesquisadores da Universidad de Málaga, também na Espanha, encontraram um cenário completamente diferente com relação à presença do partido de direita radical Vox no *TikTok*. Conhecido pelos discursos contrários ao aborto e favoráveis ao fechamento do Ministério da Igualdade, que prevê a não discriminação racial e étnica, o partido Vox publica conteúdos que demonstram ter sido personalizados para falar com o público que está no *TikTok*, seja por meio de mensagens informais e claras, ou por críticas e ridicularizações a seus oponentes, o que acaba evocando fanáticos (Martínez et al, 2021). O perfil @vox\_espana mantém, atualmente, 359,5 mil seguidores.

Esse comportamento automatizado de apenas replicar conteúdos de outras redes sociais, sem que haja um estudo aprofundado acerca do que funciona ou não para cada plataforma, sugere que os partidos políticos apenas querem utilizar o *TikTok* como vitrine de suas atividades perante à sociedade, publicando ações em praças públicas, escolas, comunidades, quando o ideal seria estabelecer uma relação de proximidade também com os usuários da rede social para que estes possam angariar apoio a determinado candidato dentro da plataforma em si.

Nos chama a atenção o papel de protagonismo assumido pela equipe do candidato Xavier Hervas, durante campanha presidencial no Equador, que perdurou de 2020 a 2021. Apesar das eleições terem sido vencidas por Guillermo Lasso no segundo turno, foi o empresário Xavier Hervas, que tentava pela primeira vez ocupar um cargo público, que se sobressaiu nas redes sociais. Depois de ser derrotado no primeiro turno, Hervas apoiou Lasso na disputa com o candidato Andrés Arauz, do movimento de esquerda “correísta” ligado ao ex-presidente Rafael Correa, que permaneceu no poder de 2007 a 2017.

De maneira oposta às propostas dos perfis pró-democratas, pró-republicanos e apartidários nos Estados Unidos, e do partido espanhol Podemos, a campanha de Hervas – sob o slogan “nueva, fresca y de cambio” – buscou estratégias de comunicação que visassem a produção de conteúdo personalizado para o *TikTok* e que, além disso, posicionassem o candidato como a atual representação da nova forma de se fazer política.

O intuito era alcançar o público mais jovem, o qual está presente de maneira massiva na plataforma. Com o auxílio de um especialista em comunicação política e governança estratégica, Hervas mudou a forma de se expressar e vestir para se aproximar dos eleitores jovens. Outra mudança de paradigma foi evitar fazer referências ao partido o qual era filiado, priorizando e dando ênfase em sua própria imagem. Para tanto, foram utilizados pelo candidato os temas buscados com mais frequência pelos jovens, as tendências da plataforma e o tipo de linguagem.

Em sua campanha, Hervas adotou uma postura progressista, abordando temas como a legalização do aborto e da maconha, além de defender causas LGBTQIAPN+. Naquele período, Hervas ficou conhecido pela mídia equatoriana como o “candidato tiktoker” (Cerdeira; Arias, 2021, p. 87). Apesar de não ter vencido as eleições que ocorreram em 2021, Hervas concorreu novamente nas eleições de 2023, mas não chegou no segundo turno, que teve Daniel Noboa como vencedor.

Casos como o do candidato à presidência do Equador Xavier Hervas e do partido Vox na Espanha são exemplos positivos de como a personalização do conteúdo no *TikTok* são fundamentais para que a viralização aconteça entre os usuários. Os exemplos ainda comprovam que a replicação dos mesmos conteúdos em todas as redes sociais não é a melhor solução, haja vista que cada plataforma tem sua particularidade, linguagem e público diversificado.

Estes exemplos reforçam a tese de que cada vez mais personagens políticos estão se interessando por manter perfil ativo em redes sociais como o *TikTok*. Um trabalho produzido por pesquisadores da Universidade de Sevilla analisou a presença de presidentes ibero-americanos no *TikTok*. O levantamento feito na época, mais precisamente em 7 de dezembro de 2021, mostrou que, dos 22 países da Ibero-América – região do continente americano que abriga países que possuem o português e o espanhol como línguas predominantes – somente quatro teriam presidentes com conta oficial e verificada no *TikTok*, no caso Brasil (Jair Bolsonaro), El Salvador (Nayib Bukele), Equador (Guillermo Lasso) e Chile (Sebastian Piñera). Destes, apenas Bukele segue no cargo de presidente em 2024.

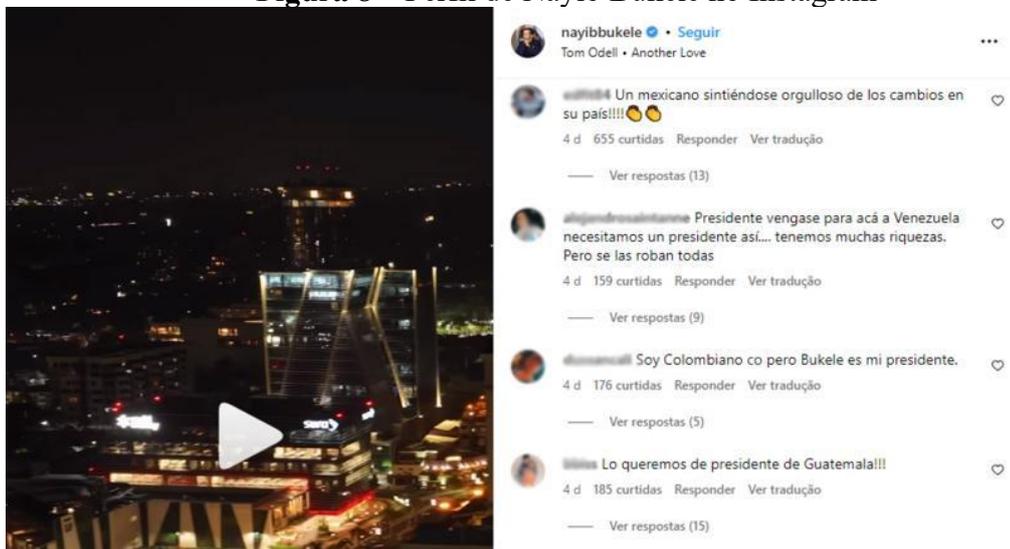
O primeiro presidente de um país ibero-americano a aderir ao *TikTok* foi Bukele, em setembro de 2020, enquanto o equatoriano Lasso criou seu perfil em fevereiro de 2021, Bolsonaro em junho e Piñera em agosto do mesmo ano. O fato de o ano do levantamento de postagens coincidir com o período em que os políticos estavam ainda ingressando na plataforma permitiu que todas as publicações fossem analisadas. A investigação mostrou que Bolsonaro era quem mais publicava conteúdos, mas Bukele, Lasso e Piñera obtinham mais engajamento do público. Surpreendeu, ainda, que enquanto Bolsonaro tinha 218 posts até o dia 7 de dezembro de 2021, Piñera tinha apenas 11 posts.

Entre os conteúdos produzidos, Bolsonaro optava por fazer campanhas, assim como Lasso. Bolsonaro ainda publicava temas em defesa dos militares, já Piñera e Bukele dedicavam-se a postagens sobre saúde/bem-estar e infraestrutura, respectivamente. O estudo concluiu que os presidentes ibero-americanos estão muito mais focados na produção de conteúdo com viés político, no sentido de mostrar às pessoas aquilo que estão fazendo, ignorando assim outras tantas potencialidades que o *TikTok* oferece de mostrar a vida como ela é (Figueroa Benítez et

al., 2022). O perfil que Bukele (@nayibbukele) mantém na plataforma possui 8 milhões de seguidores (*TikTok*, 2024), enquanto Lasso (@guillermolasso) detém 1,3 milhões (*TikTok*, 2024). Falecido em 6 de fevereiro de 2024, Piñera aparece apenas com 226,2 mil seguidores e 19 postagens (*TikTok*, 2024), somente oito a mais do que o que foi levantado durante o estudo.

Chama a atenção o fato de que o presidente salvadorenho tenha mais apoiadores do que a própria população atual do país, que é de 6,3 milhões de pessoas. Isso se justifica pela quantidade de fãs que o político tem em toda a América Latina. Em seu perfil no *Instagram*, é comum notarmos comentários de latino-americanos pedindo Bukele como presidente de suas nações (Figura 8).

**Figura 8** – Perfil de Nayib Bukele no Instagram



Fonte: Instagram, 2024

A partir desses trabalhos realizados no exterior, percebemos a necessidade de um estudo que fosse aprofundando na realidade política brasileira, de modo a contribuir para uma melhor compreensão da pertinência ou não desta rede social no campo político e na sociedade em geral. De acordo com dados atualizados do Tribunal Superior Eleitoral, o Brasil possui mais de 20 milhões de eleitores com idade entre 16 e 24. Além disso, houve um crescimento de 14,22% no interesse de jovens de 16 a 17 anos, cujo voto não é obrigatório, o que demonstra uma certa preocupação pelo futuro do país. E é justamente nessa “onda” que alguns candidatos têm surfado (Interesse, 2024).

No Brasil, figuras emblemáticas na política marcam presença no *TikTok*, como Nikolas Ferreira (PL-MG) e Guilherme Boulos, do Partido Socialismo e Liberdade (PSOL-SP), ambos deputados federais. Nikolas é um jovem político de 28 anos que se considera cristão,

conservador e defensor da família tradicional. Formado em Direito e apoiador fiel de Jair Bolsonaro, ele começou suas atividades políticas em 2016, quando já militava em favor da família do ex-presidente no *YouTube*. Entretanto, Nikolas ganhou maior evidência em 2020, quando foi eleito vereador em Belo Horizonte e tornou-se o segundo parlamentar mais votado da história da capital mineira (Emiliana, 2020). Anos depois, em 2022, ele foi o deputado mais votado do país com 1,47 milhão de votos, ficando atrás do deputado Eduardo Bolsonaro em 2018, que teve 1,84 milhão de votos, e de Enéas Carneiro em 2022, que obteve 1,57 milhão (Nikolas, 2022).

Ao longo de sua curta carreira política, Nikolas já se envolveu em algumas polêmicas, como a vez em que discursou na Câmara dos Deputados em 2023 com uma peruca loira no Dia Internacional das Mulheres. Na ocasião, o deputado disse que as mulheres estão perdendo espaço para homens que se sentem mulheres e que ele teria “lugar de fala” para isso, pois se sentia uma mulher transsexual com aquela peruca (Figura 9).

**Figura 9** – Nikolas Ferreira veste peruca na Câmara e ironiza mulheres trans



Fonte: Pablo Valadares/Câmara dos Deputados

Outra polêmica envolvendo o jovem ocorreu quando ele ainda era vereador por Belo Horizonte e publicou em suas redes sociais um fuzil que teria recebido de presente de Natal e um agradecimento ao “Brasil do presidente Bolsonaro” (Figura 10).

**Figura 10** – Nikolas Ferreira exhibe fuzil recebido como presente de Natal



Fonte: Reprodução/Twitter

O que Nikolas tem de idade, Guilherme Boulos tem praticamente só de militância política de esquerda. Ainda na juventude, em 1995, ele ingressou no movimento estudantil brasileiro por meio da União da Juventude Comunista (UJC). Anos depois, em 2002, entrou para o Movimento dos Trabalhadores Sem-Teto (MTST), do qual ainda é membro. Boulos foi candidato à presidência em 2018, mas ficou na 10ª posição. Em 2020, tentou se eleger prefeito do município de São Paulo, mas acabou perdendo no segundo turno para o já falecido Bruno Covas. Em 2022, o professor e ativista político foi eleito deputado federal com mais de 1 milhão de votos. O resultado representou o terceiro processo eleitoral de Boulos, mas a primeira vitória nas urnas (De Mello, 2022).

Em 2024, Boulos voltou a disputar a Prefeitura de São Paulo. Embora tenha avançado para o segundo turno, foi derrotado por Ricardo Nunes (MDB), atual prefeito da cidade, que obteve 59,35% dos votos válidos. Boulos, por sua vez, conquistou 40,65%, ampliando sua base de apoio em comparação com a eleição de 2020, quando ficou com 41% no segundo turno. Apesar disso, ele não conseguiu atrair eleitores de regiões historicamente favoráveis ao PSOL, como Guaianases, Cidade Tiradentes e São Miguel Paulista, bairros periféricos da Zona Leste.

Apesar da derrota no pleito para o cargo de prefeito, os resultados recentes de Boulos demonstram que ele tem se consolidado cada vez mais como uma liderança de peso dentro do campo da esquerda e possível sucessor de Lula. Fernando Haddad, por exemplo, apesar de ser uma liderança importante do PT, não conseguiu se firmar como uma figura com o mesmo apelo e potencial para substituir Lula.

Apesar da pouca idade, os números de Nikolas tanto nas urnas quanto nas redes sociais são superiores aos de Boulos. Nas eleições para deputado, o jovem teve quase 500 mil votos a mais que seu adversário. Já no *TikTok*, por exemplo, o perfil @nikolasferreiradm já está na casa do milhão, enquanto @guilhermeboulos na casa do milhar (Façanha, 2023).

A presença de personagens políticos no *TikTok* não se restringe a cargos federais e estaduais, mas também abrange os municipais. O prefeito de Sorocaba, Rodrigo Manga (@rodrigomangaoficial), possui 74,6 mil seguidores, e seu vídeo de maior engajamento tem 1 milhão de reproduções. Na postagem em questão, o político nega um pedido para a realização da Marcha para a Maconha no município, declarando: “Apologia ao uso das drogas na cidade de Sorocaba, não! Somos a favor da vida” (TikTok, 2024).

O prefeito de Florianópolis, Topázio Neto (@topazioprefeito), também mantém perfil ativo no *TikTok*. Ele mobiliza 287,6 mil fãs na rede social e seu vídeo mais viralizado mostra o político com um papel em mãos escrito “Todos contra a dengue”. Na ocasião, uma pessoa dentro de um carro vê o prefeito na rua com o papel e diz que o mesmo já vai começar a falar sobre dengue. Em uma rápida fusão de imagem, Topázio aparece dentro do carro falando sobre o perigo de manter água parada nas residências. O vídeo em questão teve alcance de pouco mais de 5 milhões (TikTok, 2024). O jovem prefeito de Recife, João Campos (@joaocampos), de 30 anos, viralizou na plataforma ao publicar um vídeo dançando em comemoração ao investimento de R\$ 44 milhões em escadaria na periferia da capital pernambucana (Figura 11). O vídeo chegou a quase 5 milhões de pessoas e o político conta com 450,1 mil seguidores (TikTok, 2024).

**Figura 11** – Print de vídeo do prefeito João Campos dançando



Fonte: TikTok, 2024

É notável observar que a presença política no *TikTok* transcende os tradicionais limites dos cargos federais e estaduais. Além de figuras proeminentes em níveis mais amplos de governo, como presidentes e governadores, também encontramos prefeitos municipais engajando ativamente o público através dessa plataforma de mídia social. Como vimos nos exemplos do prefeito Rodrigo Manga de Sorocaba, do prefeito Topázio Neto de Florianópolis e do jovem prefeito João Campos de Recife, a política no *TikTok* abrange uma diversidade de contextos e escalas, refletindo a variedade de desafios e iniciativas enfrentados em diferentes níveis de governo.

### 3.1. Seleção dos atores políticos

Diante da diversidade de opiniões acerca de questões políticas e sociais, que acarretam em uma crescente e infindável polarização, foram criadas duas contas no *TikTok*: o @direita\_mestrado e o @esquerda\_mestrado. Em ambas inserimos na biografia a informação de que o perfil seria utilizado como ferramenta para pesquisa de mestrado e que, portanto, não teria publicações. Apesar da não atividade na produção de vídeos, mantivemos certa frequência de visita aos perfis para que o algoritmo continuasse entregando e direcionando conteúdos.

O intuito da esquematização é analisar o comportamento do algoritmo ao sugerir vídeos com vieses nos dois lados do leque partidário, ou seja, identificar se no perfil destinado a conteúdos de esquerda aparecem vídeos de direita e vice-versa. A análise a partir das duas contas nos permitiu concluir que o algoritmo do *TikTok* reconhece o que é do interesse ou não do usuário de maneira muito rápida e eficaz. No dia seguinte em que as contas foram criadas, a plataforma já havia filtrado os conteúdos de nosso interesse. Essa separação de contas também revelou que, embora exista uma entrega personalizada para cada usuário, com aquilo que ele habitualmente gosta de ver na rede social, perfis relacionados à política adotam a estratégia de adicionar hashtags de ambos os lados do espectro, o que indica a tentativa de levar o conteúdo publicado para além das bolhas (Figura 12).

**Figura 12** – Print de tela com hashtags #esquerda e #direita



Fonte: TikTok, 2024

O perfil acima, de Luiz Gustavo Marques (@xuruba), apareceu em nossa busca pela hashtag #esquerda, na conta criada @esquerda\_mestrado. Luiz Gustavo se classifica como esquerdista e estudante de história em sua descrição no *TikTok*. No vídeo em questão, Luiz reage de maneira sarcástica a discursos que dizem que professores de história são de esquerda, porque as universidades são de esquerda. Associado a essa reação, ele faz uso de hashtags dos dois lados do espectro, como #esquerda, #direitaconservadora #bolsonaro, #direita e #lefttiktok, essa última em alusão à palavra em inglês “left”, que significa esquerda.

A estratégia de Luiz, ao empregar hashtags tanto da esquerda quanto da direita, reflete a ideia inicial de criação das duas contas no *TikTok*, com o objetivo de testar se o algoritmo confundiria o usuário com a entrega de conteúdo. Ao utilizar hashtags de ambos os lados do espectro político, Luiz não só amplia o alcance de seu conteúdo, mas também justifica a hipótese de que perfis que buscam furar as bolhas algorítmicas, diversificando suas hashtags, podem alcançar mais pessoas. Essa estratégia confirma a percepção de que o algoritmo filtra e segmenta de acordo com o comportamento do usuário, mas também permite que conteúdos transitem entre diferentes esferas políticas, desafiando as limitações.

Em função da estratégia utilizada pelos produtores de conteúdos, o levantamento de informações ancorou-se em uma amostragem não probabilística por tipicidade ou intencional,

sendo esta adequada para aplicação em pesquisas qualitativas por não se fundamentar na matemática ou na estatística e depender de critérios considerados relevantes pelo pesquisador (Gil, 1999, p. 145). A inclusão dos sujeitos na amostragem foi realizada por critérios que validam a plataforma. No contexto do *TikTok*, o número de seguidores torna-se pouco pertinente se comparado à importância de ter um vídeo viralizado por ter sido entregue a um número maior de pessoas. É essa visibilidade que define se o conteúdo é relevante ou não, não a sua qualidade em termos de imagens e edição. Na plataforma, há uma prevalência daquilo que é relevante em detrimento do que é compatível e próximo do usuário (Amaral e Bezerril Câmara, 2023).

Durante a busca inicial por perfis de atores políticos que produzem conteúdos de direita e esquerda no *TikTok*, foi possível notar a presença de corpos periféricos na plataforma, aqueles que geralmente são marginalizados e excluídos da sociedade por não se encaixarem no “padrão” da cis-heteronormatividade ou da cor branca. No universo digital, pessoas trans, negras, gordas e com deficiências ganham espaço para expressar seus ideais e mobilizar causas ativistas, de modo com que suas vozes sejam ampliadas. Por não ter barreira estrutural, a rede social possibilita que essas pessoas participem de diálogos que fora desse contexto virtual só participariam grupos privilegiados.

É verdade que nas redes sociais qualquer pessoa pode produzir e compartilhar conteúdo, o que, em teoria, garante que todas as vozes tenham a oportunidade de ser ouvidas. No entanto, a realidade é mais complexa. Embora as plataformas permitam que todos publiquem, a visibilidade do conteúdo e sua recepção muitas vezes dependem de fatores algorítmicos que favorecem certos tipos de interações, como likes e compartilhamentos, contribuindo para a invisibilidade de identidades ao perpetuarem preconceitos e desigualdades sociais. Por exemplo, algoritmos tendem a priorizar conteúdos que já são populares ou que se encaixam em padrões de engajamento, o que pode resultar em uma “bolha” que marginaliza vozes menos populares ou que não se alinham com as tendências dominantes. Isso significa que, apesar de ter a capacidade de falar, algumas identidades e perspectivas podem ser menos visíveis ou até mesmo invisíveis no espaço digital. Além disso, as dinâmicas de poder nas redes sociais, que incluem questões de raça, gênero e classe, podem influenciar quem realmente é ouvido e quem não é. A visibilidade não é apenas uma questão de poder publicar, mas também de ser visto e ouvido em um espaço saturado de informações.

Por isso dizemos que, em tese, os algoritmos deveriam funcionar de forma neutra. No entanto, os softwares que os utilizam não são imparciais. Eles geram impactos e foram projetados com objetivos específicos. Embora sejam intangíveis e invisíveis, esses sistemas têm

uma origem e um propósito que podem ser modificados tanto pelos usuários quanto pelos próprios códigos, caso estes incluam rotinas de autocorreção e aprendizado. Como invenções, refletem as intenções de quem os criou. Isso é crucial, pois a maioria desses sistemas não é desenvolvida pelo setor público; geralmente, surgem em empresas privadas, que os vendem ao Estado. Para serem comercializados, são apresentados como soluções técnicas revolucionárias, supostamente atendendo às nossas necessidades sem influenciar nossas práticas, preferências ou visões de mundo. A fim de parecerem mais eficientes, esses sistemas devem aparentar ser neutros e completamente alinhados aos interesses dos compradores (Da Silveira, 2017). André Lemos, pesquisador na área de cultura digital, destaca que “não existe nada neutro, tudo tem viés, tudo é uma construção. Dessa forma, temos que ter um viés dos algoritmos, um viés de garantia de estruturas que sejam libertárias, emancipadoras, democráticas e não discriminatórias” (Lemos, 2023, p. 36).

Inicialmente, a inclusão dos sujeitos na amostragem seria realizada tendo em vista o sexo (feminino e masculino), o gênero (cis e trans), a orientação (homossexual e heterossexual) e a etnia e/ou procedência (brancos, negros e orientais), com o objetivo de identificar esses perfis tanto no contexto da direita quanto da esquerda. Entretanto, observamos que essa seleção não seria possível, pois haveria a necessidade de que todos esses perfis já indicassem explicitamente que fazem parte desses grupos. Foram encontrados alguns perfis que se autointitulavam, como os casos do @pretadedireita22, @transdedireita.sp4 e @pastordeesquerda. E ainda um outro perfil, nomeado como @thomastomazeli.sp, que, embora não revele sua orientação sexual no nome do perfil, se identifica na biografia como “gay de direita”, sendo possível encontrá-lo na plataforma por meio da hashtag #gaydedireita.

Ainda que essa amostragem não tenha sido seguida à risca, certamente nos permitiu constatar a busca dessas pessoas por uma maior representatividade nos espaços políticos, ambientes esses que são dominados por narrativas estereotipadas. Há uma tendência em associarmos automaticamente a direita à branquitude, à cisgeneridade e aos ideais da família cristã e conservadora, por esse motivo os perfis @pretadedireita22 e @transdedireita.sp4 se veem na obrigatoriedade de se autodeclarar. Ao mesmo tempo, vemos a esquerda como um espectro político cujo os valores refletem em uma visão de sociedade mais inclusiva e diversificada. No caso do perfil @pastordeesquerda, percebe-se que o usuário se posiciona de maneira evidente, colocando-se do lado esquerdo do contexto político atual. No momento em que as relações entre religião e conservadorismo se mostram cada vez mais próximas da direita, o pastor em questão quer mostrar que é possível ser um líder religioso e apoiar causas LGBTQIAPN+ e questões de pobreza e desigualdade, que se distanciam do discurso direitista.

A classificação dos perfis escolhidos como “de direita” e “de esquerda” foi realizada a partir dos critérios prescritos por Bobbio (2011, p. 111), que compreende que a esquerda tende a ser mais igualitária e a direita mais inclinada à desigualdade social. Entretanto, ele reforça que não necessariamente a esquerda queira eliminar todas as desigualdades e a direita queira mantê-las no sentido mais radical, mas sim que os dois lados do espectro político enxergam de maneiras diferentes os ideais da igualdade.

Para Bobbio (2011, p. 127), igualdade e liberdade são ideais supremos e que devem ser prioridades na formulação de políticas e na organização de uma sociedade mais justa e democrática. Por igualdade, o autor diz respeito à garantia de que todos os membros da sociedade, sem distinção de classe, gênero ou etnia, tenham oportunidades justas e sejam tratados de forma igualitária. Já a liberdade significa que o indivíduo tem a capacidade de agir de acordo com sua vontade própria, mas desde que não interfira nos direitos e liberdades de outras pessoas.

Outro ideal apresentado por Bobbio é o da ordem que, para o autor, prevê o bem comum a todas as sociedades, pois ao mesmo tempo em que contribui para garantia de liberdade também evita a desigualdade. Bobbio faz críticas à sistemas totalitários que sacrificam a igualdade em nome da liberdade, como é o caso da União Soviética, e vice-versa. O caso soviético é um exemplo claro disso, pois o Partido Comunista praticava um discurso de almejar a igualdade social, quando na prática o controle estatal dos meios de produção acarretou na distribuição desigual de recursos e escassez econômica da população. Para alcançar essa “igualdade” nunca vivida, o sistema soviético reprimiu a liberdade individual de seu povo limitando os direitos políticos dos cidadãos, como a falta de eleições justas e livres.

Com base nos pensamentos de Bobbio aqui dispostos, utilizaremos como critério de distinção entre direita e esquerda o ideal de igualdade. Para tanto, reunimos no quadro 1 os perfis selecionados de maneira intencional de acordo com o que o algoritmo do *TikTok* nos entregou em termos de conteúdo durante o período de 7 a 21 de abril de 2024.

**Quadro 1** – Perfis selecionados para análise

Autodefinição		
<b>DIREITA</b>	Suellen Rayanne (@transdedireita.sp4)	Travesti bolsonarista e defensora da família tradicional.
	Thomas Tomazeli (@thomastomazeli.sp)	Mestiço, gay de direita e “extrema direita para a Globo”.
	"Preta" (@pretadedireita22)	Preta de direita, bolsonarista, patriota e paraense.
	Daih Nunes (@daihunes2)	Lésbica de direita e bolsonarista.
	Lucas Pavanato (@lucaspavanato)	Antifeministas e a favor da vida.

<b>ESQUERDA</b>	Zé Barbosa Junior (@pastordeesquerda)	Pastor, teólogo, escritor, nordestino e defensor da democracia.
	Luiz Gustavo Marques (@xuruba)	Ateu, não monogâmico e estudante de história.
	Helder - Cidadão democrático (@helder.rsilva)	Cristão, evangélico, defensor da democracia e nordestino.
	Sylvio Maurício (@sylviomaucio)	Antirracista.
	Laura Sabino (@mylaura_m)	Marxista, comunista, militante do MST e contra o liberalismo e o neoliberalismo.

Fonte: elaboração própria

A proposta inicial da pesquisa era trabalhar com os 10 perfis listados acima, entretanto, na medida em que íamos assistindo aos vídeos publicados por eles, percebemos que alguns estavam pouco ativos no *TikTok*, o que tornava a análise difícil. Além disso, alguns perfis se afastaram do tema político após a eleição presidencial de 2022, quando eram mais ativos. O aumento na produção de conteúdo geralmente está associado à tentativa de maximizar o engajamento e a influência durante as eleições. Ao fim da última eleição presidencial, muitos desses perfis entraram em um período de relativa inatividade em razão da diminuição do interesse público e do desvio de foco dos temas políticos. Esse fenômeno pôde ser observado em nossa análise, na qual perfis como @daihunes2, @xuruba, @sylviomaucio e @mylaura\_m, que eram altamente ativos durante o período eleitoral, agora apresentam uma queda expressiva tanto na produção quanto na relevância política de seus conteúdos.

Por outro lado, há também casos de criadores que, aproveitando o engajamento gerado durante a eleição, conseguiram manter uma presença significativa nas redes sociais. Esses indivíduos continuam a produzir conteúdo e a cultivar sua audiência, o que pode até mesmo abrir portas para oportunidades políticas adicionais.

Após a eleição presidencial de 2022, perfis como @transdedireita.sp4, @lucaspavanato e @pastordeesquerda decidiram se candidatar a cargos de vereadores em suas cidades. Suellen Rayanne, dona do perfil @transdedireita.sp4, foi candidata do União Brasil pelo município de Rio Claro (SP). Já Lucas Pavanato, do @lucaspavanato, se candidatou pelo PL em São Paulo (SP) e Zé Barbosa Junior, o @pastordeesquerda, pelo PT em Campina Grande (PB).

Esse movimento é provavelmente uma estratégia para converter o capital de engajamento e visibilidade conquistado durante a campanha eleitoral em uma base sólida de apoio político para cargos públicos locais. Assim, esses criadores não só mantêm sua relevância na esfera pública, mas também utilizam sua influência digital como um trampolim para avançar em suas carreiras políticas, podendo ter um resultado até mais eficaz que os métodos tradicionais de comunicação.

Por conta de uma maior produtividade no *TikTok* dos perfis com interesses políticos em 2024, decidimos focar na análise mais detalhada dos perfis da @transdedireita.sp4 e do @pastordeesquerda. Essa escolha nos permitiu investigar se a maior atividade desses perfis nas redes sociais teve impacto significativo nas eleições municipais de suas respectivas cidades. Em outras palavras, avaliamos se a alta frequência de postagens e o engajamento gerado por esses dois perfis foram suficientes para influenciar e possivelmente garantir uma vitória eleitoral para eles.

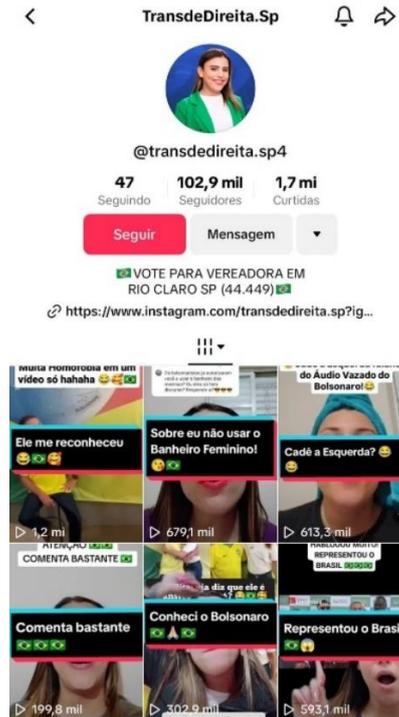
Optamos por não incluir o perfil de Lucas Pavanato nesta análise, apesar de seu significativo engajamento e produtividade no *TikTok*, pois o foco é em perfis que desafiem estereótipos políticos: uma mulher trans e de direita e um perfil de esquerda associado a uma fé religiosa, contrastando com o Pavanato, que, sendo um homem branco, cisgênero e de direita, não apresenta uma quebra de estereótipos como os outros dois selecionados.

Posteriormente à escolha de trabalhar com dois perfis, selecionamos a aba de vídeos populares e optamos pela análise dos 37 vídeos com mais engajamento. Toda a coleta de dados foi realizada durante o período de 24 de agosto a 7 de setembro de 2024. Apesar da preferência pelos vídeos populares, continuamos observando as postagens recentes dia a dia.

### **3.2. Suellen Rayanne (“Trans de direita”)**

Em maio de 2024, quando havia anunciado há poucos dias a pré-candidatura como vereadora no município de Rio Claro (Silva, 2024), o perfil @transdedireita.sp4 contava com 58,1 mil seguidores e 758 mil curtidas. Em agosto, já com a candidatura aprovada pela Justiça Federal, o número de seguidores aumentou em 75%, subindo para 102,9 mil (Figura 13). A conta em questão pertence a uma mulher trans, a Suellen Rayanne, que se identifica como bolsonarista, conservadora, defensora dos valores da família e crítica do movimento LGBTQIAPN+. Ela mantém na descrição de seu perfil no *TikTok* um link que direciona para sua página no *Instagram*, com mais de 320 mil seguidores.

**Figura 13** – Perfil @transdedireita.sp4



Fonte: TikTok, 2024

Suellen é nascida em Rio Claro (SP) e começou a produzir conteúdos políticos em 2017, mas foi em fevereiro de 2024 que teve seu nome em evidência, quando recebeu uma ligação por vídeo do ex-presidente Bolsonaro, que por diversas vezes foi acusado de homofóbico em razão de suas falas preconceituosas. Na ocasião, a influenciadora diz ter sido tratada com respeito e sem discriminação (Trans, 2024).

Agora que já sabemos quem é Suellen Rayanne, vamos entender melhor o contexto social e político que a envolve, dividindo nossa análise em três partes. Primeiro, vamos entender o papel das pessoas trans no movimento LGBTQIAPN+ e o que significa ser trans no Brasil. Em seguida, vamos olhar a história e o papel das pessoas trans na política, focando na época em que houve uma maior aproximação entre pessoas trans e a esquerda. Por fim, vamos explorar os vídeos publicados, considerando tanto seu conteúdo quanto seu impacto, e faremos uma análise qualitativa dos resultados encontrados.

## Trans no Brasil

Dentro do movimento LGBTQIAPN+, ser trans refere-se a pessoas cuja identidade de gênero é diferente do sexo que lhes foi atribuído ao nascer. O termo “trans” é uma abreviação de “transgênero”. Pessoas trans podem incluir homens trans, que são designados como

mulheres ao nascer, mas que se identificam e vivem como homens; e mulheres trans, que são designadas como homens ao nascer, mas que se identificam e vivem como mulheres.

Além disso, há identidades trans não-binárias, que englobam pessoas que não se identificam exclusivamente como homem ou mulher. Isso pode incluir identidades como gênero fluido, gênero queer, agênero, entre outras, refletindo uma ampla gama de experiências de gênero que não se encaixam nos modelos tradicionais.

A identidade de gênero é a percepção interna e pessoal que alguém tem de seu próprio gênero e, para pessoas trans, essa identidade é diferente do sexo atribuído ao nascimento. O processo pelo qual uma pessoa trans busca alinhar seu corpo e sua vida com sua identidade de gênero é conhecido como transição. A transição pode incluir mudanças sociais, como a alteração de nome e pronomes, mudanças legais, como a modificação de documentos oficiais, e mudanças médicas, como o uso de hormônios ou cirurgias. No entanto, nem todas as pessoas trans passam por todas essas etapas, e cada pessoa tem uma experiência de transição única.

No Brasil, ser trans é enfrentar uma série de desafios e preconceitos que impactam profundamente a vida cotidiana, desde a discriminação em ambientes familiares e profissionais até a violência física e psicológica. No ambiente de trabalho, muitas vezes são rejeitadas ou enfrentam obstáculos para conseguir e manter um emprego. No sistema educacional, podem encontrar barreiras para acessar educação e apoio adequado.

A violência contra pessoas trans no país é um problema grave. Em 2023, foram registradas 155 mortes de pessoas trans no Brasil. Dentre esses casos, 145 foram assassinatos e 10 foram suicídios, que ocorreram após as vítimas sofrerem violência ou devido à falta de apoio e visibilidade para pessoas trans. Comparado com 2022, o número de assassinatos aumentou em 10,7%, já que naquele ano houve 131 mortes desse tipo. Esse número alarmante coloca o Brasil como um dos países mais perigosos para pessoas trans (Almeida, 2024).

Em média, houve 12 assassinatos de pessoas trans por mês em 2023, o que representa um aumento de um caso por mês em relação ao ano anterior. Entre os 145 homicídios registrados no ano passado, cinco foram contra pessoas trans que atuavam como defensoras dos direitos humanos. Além disso, foram registradas pelo menos 69 tentativas de homicídio, sendo 66 contra travestis e mulheres trans, e 3 contra homens trans ou pessoas que se identificam com a masculinidade (como pessoas transmasculinas).

O dossiê revela que, em 2023, São Paulo foi o estado com o maior número de assassinatos de pessoas trans, totalizando 19 casos. Esse número representa um aumento de 73% em comparação com 2022. No Rio de Janeiro, o número de assassinatos saltou de 8 em 2022 para 16 em 2023, fazendo com que o estado subisse da quinta para a segunda posição no

ranking nacional de homicídios contra pessoas trans. Os estados do Ceará, com 12 casos, Paraná, com 12, e Minas Gerais, com 11, ocupam, respectivamente, a terceira, quarta e quinta posições. A Associação Nacional de Travestis e Transexuais (Antra) não registrou assassinatos de pessoas trans em 2023 nos estados do Acre, Roraima, Santa Catarina, Sergipe e Tocantins, embora possa haver casos não reportados.

A maior parte dos assassinatos ocorreu na Região Sudeste, responsável por 37% dos casos, seguida pela Região Nordeste, com 36%. As regiões Sul e Norte tiveram, respectivamente, 10% e 9% dos assassinatos, enquanto a Região Centro-Oeste representou 7% dos casos. A maioria dos crimes ocorreu em locais públicos, como ruas desertas, totalizando 60% dos casos. Os 40% restantes aconteceram em locais privados, sendo as residências das vítimas os locais mais comuns, além de motéis, unidades de saúde e residências de terceiros. A maioria dos assassinatos, 62%, ocorreu durante a noite.

Dentre as 145 pessoas trans assassinadas, 34 casos não forneceram informações sobre a idade das vítimas. Com base nos 111 casos onde a idade foi identificada, 90 vítimas tinham entre 13 e 39 anos, o que representa 81% do total. A idade média das vítimas foi de 30,4 anos. A trans mais jovem morta no Brasil é Keron Ravach, de 13 anos. Em janeiro de 2021 ela foi assassinada a pauladas, chutes e socos em Camocim (CE) depois de tentar cobrar uma dívida de R\$ 50 do suspeito, um adolescente de 17 anos. O jovem já tinha um histórico criminal por furtos e assaltos, além de ser usuário de drogas (Trans, 2021).

O estudo da Antra destaca que muitas dessas vítimas eram trabalhadoras do sexo, com a prostituição sendo a principal fonte de renda para a maioria delas. Aproximadamente 57% das pessoas assassinadas eram travestis e mulheres trans que exerciam a profissão, tornando-se mais vulneráveis à violência devido ao estigma e à marginalização que enfrentam. Além disso, quando a raça das vítimas foi identificada, revelou-se que pelo menos 72% delas eram pessoas trans negras (pretas e pardas).

A pesquisa também indica que pessoas trans que não passaram por modificações corporais e que não expressam claramente sua identidade de gênero enfrentam menos violência, pois não desafiam visivelmente a norma cisgênera, quando o gênero da pessoa corresponde ao sexo atribuído ao nascer.

O dossiê aponta que, na maioria dos casos, os suspeitos não tinham uma relação direta, social ou afetiva com as vítimas. Entre os casos em que os suspeitos foram identificados, 11 tinham algum vínculo afetivo com a vítima, como namorado, ex-namorado ou marido. Outros 12 casos ocorreram em contextos de serviços sexuais contratados pelos suspeitos. Em vários casos, os suspeitos tentaram justificar os assassinatos alegando legítima defesa.

Números como esses indicam a necessidade urgente de ações eficazes do Estado brasileiro para enfrentar a violência contra pessoas LGBTQIAPN+. O fraco rigor nas investigações policiais sobre transfobia e a ausência ou precariedade dos dados sobre os casos de violência, contribuem para a impunidade e perpetuam a insegurança na comunidade trans.

Historicamente, as políticas públicas voltadas para pessoas trans no Brasil foram escassas e, muitas vezes, inexistentes. Até o início dos anos 2000, o país não possuía legislação específica para proteger ou garantir os direitos de pessoas trans, o que deixava essa população vulnerável a diversas formas de violência e discriminação. Entre 1990 e 2000, as pessoas trans eram amplamente invisibilizadas e careciam de acesso a políticas públicas direcionadas. As poucas iniciativas existentes eram, principalmente, voltadas para o tratamento médico e cirúrgico em instituições de saúde, sem um suporte integral que incluísse áreas como educação, emprego e proteção social.

A partir de 2010, iniciou-se um processo gradual na inclusão das pessoas trans nas políticas públicas. Um marco importante foi a publicação da Resolução nº 1.955/2010 do Conselho Federal de Medicina, que autorizou a cirurgia de redesignação sexual pelo Sistema Único de Saúde (SUS). Em 2013, o SUS incluiu os procedimentos relacionados à identidade de gênero, o que representou um progresso significativo. No entanto, apesar dessas conquistas, ainda faltava uma abordagem mais ampla e integrada para enfrentar a violência e a discriminação. Em 2018, o Congresso Nacional aprovou a Lei 13.844/2019, que estabeleceu a Política Nacional de Saúde Integral para LGBTQIAPN+. A lei trazia algumas medidas de proteção, mas não abordava completamente as necessidades específicas da população trans.

Nos últimos anos, houve mudanças significativas na legislação para melhorar a proteção e os direitos das pessoas trans, como a Lei 14.192/2021, que permite a alteração de nome e gênero no registro civil sem a exigência de cirurgia de redesignação sexual. Essa medida representa um avanço importante na promoção dos direitos de identidade de gênero, mas ainda há um longo caminho a percorrer para assegurar a plena inclusão e proteção.

### **Trans na política e de esquerda**

As instituições políticas muitas vezes exacerbam a marginalização dos grupos menos favorecidos. O sistema legislativo, predominantemente composto por “homens, ricos, brancos e heterossexuais que não refletem a diversidade de perspectivas e interesses do povo brasileiro” (Feitosa, 2017, p. 121), tem contribuído para a exclusão das demandas das pessoas trans. A

propagação de discursos de ódio por políticos também contribui para essa exclusão e reforça a falta de reconhecimento das pessoas trans (Machado, 2017).

De acordo com Carvalho (2015) e Santos (2016a; 2016b), a participação de pessoas trans em processos eleitorais é uma estratégia de ativismo relativamente recente, embora candidaturas tenham ocorrido desde a década de 1990. A primeira mulher transexual a assumir um cargo político no Brasil e na América Latina foi Kátia Tapety, eleita em 1992 como vereadora na cidade de Colônia do Piauí (PI), a 300 km de Teresina. Reeleita por três mandatos consecutivos (1992, 1996 e 2000), Kátia representou um marco histórico. Entretanto, após 2000, houve um hiato, e novas candidaturas de pessoas trans e travestis só voltaram a ocorrer em 2002.

Kátia nasceu em 1949, época em que a identidade de gênero e a sexualidade eram mal compreendidas e até consideradas doenças pela Classificação Internacional de Doenças (CID). Esse estigma afetou profundamente sua vida, pois ela estudou somente até a terceira série do ensino fundamental, quando seu pai a isolou socialmente por conta de alguns “trejeitos” que ele considerava estranho. Kátia passou então a estudar com um professor particular em casa e só pôde sair aos 18 anos. Durante esse período de isolamento, ela se aproximou da mãe, Ceci do Carmo Tapety, que se tornou sua grande inspiração para a carreira política. Ceci era conhecida pelo trabalho social que desenvolvia em Colônia do Piauí, ajudando com consultas médicas, receitas e até realizando partos. Com o apoio da mãe, Kátia despertou o interesse por ajudar as pessoas e passou a fazer trabalhos comunitários, ganhando confiança e atenção da população da cidade e dos políticos locais (Santos, 2023).

Somente em 2018, após uma decisão do TSE, pessoas trans conquistaram o direito de votar utilizando seus nomes sociais. No mesmo ano, em um contexto de crescente oposição por parte de grupos conservadores e de maior visibilidade para os movimentos LGBT, três deputadas estaduais trans e negras assumiram cargos de destaque. Erica Malunginho (PSOL) e Erika Hilton (PSOL) foram escolhidas para compor a Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo (ALESP), enquanto Robeyonce Lima (PSOL) passou a integrar a Assembleia Legislativa do Estado de Pernambuco (ALEPE) (Candidaturas, 2018). A eleição de representantes por meio de mandatos coletivos e bancadas ativistas evidencia as estratégias dos movimentos sociais independentes e pluripartidários na busca por uma representação política mais inclusiva.

Erika deixou o mandato na ALESP em 2020 para lançar sua candidatura à vereadora de São Paulo, fazendo história ao se tornar a primeira mulher trans eleita para a Câmara Municipal da cidade. Naquele pleito, ela conquistou mais de 50 mil votos, sendo a mulher mais votada da

eleição de 2020. No mesmo ano, Thammy Miranda se tornou o primeiro homem trans a ser eleito para a Câmara Municipal de São Paulo, com 43.321 votos, sendo o 9.º mais votado na cidade.

Em 2022, Erika se candidatou a uma vaga na Câmara dos Deputados pelo estado de São Paulo e foi eleita deputada federal com 256.903 votos. Ela se destaca por seu trabalho em prol de políticas que promovem a inclusão e os direitos da comunidade LGBTQIAPN+. Natural de Franco da Rocha e criada na periferia de Francisco Morato, ambas localizadas na Região Metropolitana de São Paulo, Erika iniciou seus estudos na Universidade Federal de São Carlos (UFSCar) após concluir o ensino médio. Na universidade, começou, mas não concluiu, os cursos de pedagogia e gerontologia. Foi também na UFSCar que ela se envolveu com o movimento estudantil, o que marcou o início de sua trajetória política.

Nas eleições municipais de 2020, 30 candidatas trans foram eleitas como vereadoras individualmente, com 7 delas figurando entre as mais votadas em suas cidades. As eleitas foram Linda Brasil (PSOL – Aracaju), Dandara Ferreira (MDB – Patrocínio Paulista), Tieta Melo (MDB – São Joaquim da Barra), Lorim de Valéria do Partido Democrático Trabalhista (PDT – Pontal), Duda Salabert (PDT – Belo Horizonte), Titia Chiba (PSB – Pompeu), e Paultete Blue (PSDB – Bom Repouso) (Mapeamento, 2020).

Além disso, quatro candidatos trans foram eleitos por mandatos coletivos: Carolina Iara (Bancada Feminista/PSOL – São Paulo), Heitor Gabriel (Dialogue/PODEMOS – Araçatuba), Rafa Bertolucci (Dialogue/PODEMOS – Araçatuba), e Samara Sostenes (Quilombo Periférico/PSOL – São Paulo). A alta incidência de candidaturas trans nas eleições municipais pode ser explicada pela menor necessidade de capital político e financeiro nesta esfera, que também oferece maior visibilidade eleitoral (Santos, 2016a; Pedra, 2018).

As eleições municipais de 2024 marcaram um avanço importante na representação política com a presença de candidatos transgêneros. Neste ano, um total de 967 candidatos se declararam como transgêneros nos registros de candidaturas do TSE. Esta é a primeira vez que a identidade de gênero é uma informação obrigatória na ficha de inscrição eleitoral. Dos candidatos que declararam seu gênero: 79,77% se identificam como cisgêneros, 0,21% se identificam como transgêneros e 20,02% não informaram o gênero. No estado de São Paulo, onde Suellen está inserida, o cenário é de 76.830 candidatos, sendo que 160 se declararam como transgêneros (Eleições, 2024).

No entanto, essa evolução também trouxe à tona desafios significativos. O caso de Suellen Rayanne exemplifica como as questões de identidade de gênero estão se tornando centrais no debate político e social. Conhecida por sua postura de direita e por suas críticas à

militância LGBTQIAPN+, Suellen gerou intensas discussões sobre o papel das mulheres trans na política e no feminismo, especialmente por ser uma mulher trans que se posiciona politicamente à direita. Isso contrasta com a histórica relação de apoio mútuo entre pessoas trans e movimentos de esquerda, marcada por conquistas significativas, especialmente a partir do ativismo dos anos 1960 e 1970.

Nos Estados Unidos, figuras como Sylvia Rivera e Marsha P. Johnson foram pioneiras na visibilidade e direitos das pessoas trans. Ambas desempenharam papéis centrais na revolta de Stonewall em 1969, um evento crucial que catalisou o movimento moderno de direitos LGBT. Essa conexão reflete um compromisso compartilhado com a justiça social, igualdade e a luta contra a discriminação. Já no Brasil, a integração das questões trans nos movimentos de esquerda começou a se consolidar nos anos 2000, quando as questões LGBT, incluindo as de identidade de gênero, passaram a receber mais atenção pública. A crescente visibilidade e organização dos movimentos sociais trouxeram as demandas trans para o centro do debate político e social.

Um exemplo significativo da relação entre a política de esquerda e os direitos LGBT no Brasil é a atuação de Marta Suplicy. Em 1995, durante a cerimônia de abertura da 17ª Conferência Anual da International Lesbian and Gay Association (ILGA), Marta lançou uma campanha nacional pela criação de uma lei de parceria civil e pela inclusão de uma emenda constitucional que proibisse a discriminação com base na orientação sexual. Essa proposta visava reconhecer e garantir direitos civis e proteção legal para casais do mesmo sexo e, indiretamente, apoiar a causa trans ao promover um ambiente de maior igualdade e respeito. A introdução da proposta de parceria civil por Marta ajudou a recuperar o prestígio do PT como um partido que defende os direitos de gays e lésbicas. Esse esforço foi um marco na luta pelos direitos LGBT no Brasil (Green, 2000, p. 292).

Nem todos no movimento LGBT se identificam com a esquerda, mas muitos avanços nos direitos trans foram promovidos por partidos e políticas progressistas. Focada na redistribuição de poder e na defesa dos marginalizados, essa vertente política frequentemente apoia a causa trans como parte de seu compromisso com a inclusão e a equidade. Partidos como o PT e o PSOL têm sido aliados importantes na promoção desses direitos, incorporando a proteção e a inclusão das pessoas trans em suas agendas.

### **Análise dos vídeos publicados por Suellen**

O vídeo de maior engajamento de Suellen no *TikTok* alcançou 1,2 milhões de visualizações, o que representa o número total de vezes que foi assistido, incluindo repetições de um mesmo usuário. Ele recebeu 143,3 mil curtidas, gerou 6.899 comentários, foi salvo nos “favoritos” por 4.292 usuários e compartilhado 3.301 vezes em outras plataformas, como *WhatsApp*, *Instagram*, *Facebook* e *Twitter*.

A gravação foi feita e publicada em 29 de maio, durante a visita de Bolsonaro a Campinas (SP) para um evento de arrecadação de doações destinadas ao Rio Grande do Sul, que enfrentava uma tragédia causada pelas enchentes (Figura 14). O evento ocorreu no Ginásio de Esportes do Guarani Futebol Clube e contou com a presença do governador Tarcísio de Freitas, do prefeito de Campinas, Dário Saadi, além de deputados, prefeitos e vereadores da região.

**Figura 14** – Encontro com Bolsonaro em 29 de maio de 2024



Fonte: TikTok, 2024

No vídeo, Suellen se aproxima de Bolsonaro, que está sentado em um banco, para tirar uma foto com ele. A pessoa que grava a cena comenta que “a trans de direita quer namorar com Bolsonaro”. Embora a resposta de Bolsonaro não seja totalmente audível, é possível ver ambos rindo, enquanto Suellen faz um gesto de vitória com as mãos. Em seguida, Bolsonaro a abraça (Rayanne, 2024).

Chama a atenção nos vídeos de Suellen a forma como ela se descreve como uma “travesti bolsonarista”. É importante observar que a palavra “Bolsonarista”, usada por apoiadores do ex-presidente Jair Bolsonaro, vai além da simples identificação com a direita

política. Essa expressão tem gerado certa confusão entre ser de direita e ser especificamente bolsonarista. O sufixo “-ista” é frequentemente utilizado para indicar alguém que pratica uma atividade ou apoia um movimento ideológico. Por exemplo, uma pessoa que se diz “feminista” é alguém que defende os direitos das mulheres e a igualdade de gênero, enquanto um “socialista” apoia a ideologia que busca a igualdade social e econômica através de políticas de socialização dos meios de produção. Da mesma forma, um “ambientalista” se dedica à proteção do meio ambiente. Assim, ao se identificar como “bolsonarista”, Suellen expressa sua adesão ao movimento político liderado por Jair Bolsonaro, caracterizado por particularidades que o diferenciam de outras correntes dentro da direita política.

Ser de direita não significa, necessariamente, apoiar Bolsonaro. Um conservador pode ter divergências em relação à economia, política externa ou outras questões que não se alinham totalmente à abordagem do ex-presidente. O bolsonarismo, por sua vez, é frequentemente entendido como uma identidade política que vai além da simples afiliação à direita. Com características próprias e fortemente vinculada à figura de Bolsonaro, essa corrente influencia a maneira como seus apoiadores se identificam e se organizam.

O uso da palavra “travesti” também chama a atenção pois, historicamente, o termo foi usado de forma pejorativa e discriminatória. No entanto, algumas pessoas transgênero começaram a adotar o termo como forma de reapropriação política da palavra, tentando mudar sua conotação negativa e valorizar sua própria identidade. Essa abordagem é uma orientação dos movimentos identitários de esquerda, mas Suellen se identifica como de direita, o que indica uma incongruência em seu discurso político. Além disso, ela é uma pessoa transgênero, mas não defende pautas identitárias, indicando uma posição política complexa e controversa. Outro exemplo de incoerência é uma pessoa LGBTQIAPN+ apoiar quem por incontáveis vezes disseminou discursos racistas e de cunho homofóbicos, como a vez em que afirmou que “preferia que um filho dele morresse num acidente do que aparecesse com um bigodudo por aí”.

O segundo vídeo mais viralizado de Suellen possui 679,1 mil visualizações, 126,4 mil curtidas e 12,4 mil comentários. A publicação foi adicionada aos “favoritos” por 4.024 usuários e compartilhada por 4.016 vezes. Na postagem, a personagem “Trans de Direita” segura o smartphone e responde em vídeo ao seguinte comentário: “os bolsonaristas já autorizaram você a usar o banheiro das meninas? Ou eles só têm discurso? Responde aí?”. Suellen defende a criação de um terceiro banheiro para que mulheres trans, travestis e transgêneros possam fazer uso, pois acredita que evitaria constrangimentos tanto de homens quanto de mulheres (Rayanne, 2024).

Ao expor seu pensamento, ela afirma que a comunidade LGBTQIAPN+ prefere “brigar por um vaso sanitário na porta de um banheiro tentando tomar o espaço de uma mulher biológica” e que esse tipo de reação é exemplo de lacração e militância de um grupo do qual ela não faz parte, pois luta pela destruição da família e prega desrespeito e intolerância religiosa.

Em um outro vídeo, Suellen diferencia a mulher trans da mulher biológica. A influenciadora responde ao seguinte comentário: “tu sabe que a direita não te considera como mulher né?”. Suellen segue a linha de defender um terceiro espaço no banheiro, no esporte, em concursos e em vários outros lugares. Na opinião dela, mulheres trans são totalmente diferentes de mulheres biológicas e reforça que nasceu homem e que irá morrer homem (Rayanne, 2024).

Observa-se também que Suellen adota o mesmo discurso de Bolsonaro, utilizando expressões como “tá ok” (Figura 15). Além disso, ela pede que as pessoas parem de associar a direita à LGBTfobia, racismo e machismo, justificando sua posição com o exemplo de iniciativas como o “PL Mulher”. Suellen ainda afirma que a transfobia que enfrenta vem, na verdade, da esquerda.

**Figura 15** – Print de tela com recorte de fala “tá ok”



Fonte: TikTok, 2024

O discurso da influenciadora, no qual ela reforça que, como mulher trans, não pode ser classificada como mulher biológica porque “nasceu homem e morrerá homem”, gera grande repercussão em seu perfil no *TikTok*. No vídeo, Suellen parabeniza exclusivamente as mulheres



defender vocês e representar a tal militância hipócrita da qual você faz parte, mas abraçam lugares que consideram vocês como alguém que tem problema mental. Eu queria saber o que você acha, porque vir aqui me questionar e apoiar essas pessoas é hipocrisia. Também queria saber sua posição sobre o ano de 2023, onde houve um crescimento de mortes de pessoas LGBT's, vocês alegando que o governo do Lula seria muito melhor para todos nós LGBT's, vocês me chamam de pessoa patética porque eu não sou mais escravizada pela ideologia de vocês e pela esquerda que vocês apoiam e que na história nunca gostou de LGBT”.

O discurso de Suellen expõe as complexidades da intersecção entre identidade de gênero e ideologia. Ao afirmar que não se deixa “escravizar” por ideologias, ela critica o que percebe como dogmatismo da esquerda, embora essa visão possa parecer contraditória. Historicamente, muitos movimentos pelos direitos LGBTQIAPN+ se aliaram à esquerda, que teve um papel crucial na luta contra a discriminação.

Suellen aponta figuras como Che Guevara, que, durante a Revolução Cubana, implementou políticas que resultaram na perseguição e execução de pessoas LGBTQIAPN+. Guevara é conhecido por ter enviado indivíduos considerados “contrarrevolucionários” a campos de trabalho forçado, incluindo gays, sob a premissa de “cura” e “reeducação”. Essa parte obscura da sua história é frequentemente ignorada por alguns que o apoiam, que não reconhecem as implicações de suas ações para a comunidade LGBTQIAPN+.

No entanto, é importante notar que, ao longo do tempo, muitos apoiadores de Guevara e do marxismo se distanciaram de suas posturas homofóbicas, adotando uma visão mais inclusiva e menos misógina. Esse deslocamento histórico evidencia que a luta por direitos é frequentemente uma luta coletiva, buscando não apenas a aceitação de algumas identidades, mas a igualdade para todas as diversidades.

Suellen, ao usar fatos isolados do passado, constrói narrativas que desviam do entendimento mais amplo da luta por direitos LGBTQIAPN+, empregando estratégias que inflacionam seus apoiadores, mas que não refletem a complexidade e a evolução do movimento ao longo dos anos.

Um discurso recorrente entre setores da direita é a cobrança de um posicionamento dos artistas em relação às queimadas no Brasil. Suellen gravou um vídeo onde expressa sua indignação, dizendo: “atrizes, atores e cantores, cadê vocês para falar sobre as queimadas no Brasil? Cadê vocês fazendo musiquinha para falar das queimadas? Cadê vocês fazendo musiquinha para falar do Pantanal? Cadê vocês que culpavam tanto o governo Bolsonaro dizendo que era o culpado das queimadas que estavam acontecendo no Brasil? Cadê as autoridades internacionais também? Vocês não têm vergonha na cara, não? Vocês não vão falar

sobre as queimadas? Vocês não vão falar que o Brasil está se acabando em fogo? Principalmente uns que apareceram justificando que a culpa era do povo, era mudança climática, essas mesmas pessoas que falaram isso são aquelas que acusaram o governo Bolsonaro de culpado das queimadas. Mas como se trata do Lula na presidência e esse povo adora passar um pano para esse cara, é muito mais fácil culpar a humanidade e as mudanças climáticas. Vocês não têm vergonha na cara mesmo, principalmente os jornalistas que passam pano para o governo. O Brasil está queimando e vocês não estão fazendo nada, em vários estados estamos respirando fumaça. Vocês vão se esconder? Vão continuar passando pano para esse bandido que está no poder? Trans de direita aguardando o posicionamento de vocês” (Rayanne, 2024).

O discurso de Suellen sobre as queimadas no Brasil revela uma visão simplificada de uma questão complexa. Ela critica artistas e jornalistas por não se manifestarem sobre as queimadas, sugerindo que, quando era o governo Bolsonaro, a responsabilidade recaía sobre ele. Contudo, as queimadas não são apenas um problema político, elas envolvem uma crise ambiental e social que precisa ser compreendida em toda a sua profundidade.

As queimadas que afetam várias regiões do Brasil resultam de ações criminosas, agravadas pela pior seca em 44 anos e por altas temperaturas. Portanto, não podemos culpar apenas um governo, já que essa situação é influenciada por vários fatores, como mudanças climáticas e práticas ilegais de grilagem de terras. A crítica de Suellen, então, parece ignorar a necessidade de um esforço conjunto para lidar com essas questões, o que pode dificultar ações eficazes em defesa do meio ambiente.

É impressionante notar a quantidade de comentários em apoio às cobranças proferidas por Suellen. Muitas pessoas questionam: “cadê a ministra do meio ambiente?”, “cadê a lacração? Leonardo DiCaprio? Greta? E o ator que fez o Hulk?”, e ainda insinua que esses artistas “sumiram” porque estão se beneficiando da Lei Rouanet. Esse apoio se dá, em parte, porque, durante as queimadas sob o governo Bolsonaro, DiCaprio publicou críticas à postura do governo em relação ao aumento dos incêndios na Amazônia, em 2019 e 2020. Greta Thunberg, por sua vez, não mencionou Bolsonaro diretamente, mas chamou de “vergonhosa” a atitude do governo brasileiro diante da crise ambiental. Mark Ruffalo, o ator que interpreta o Hulk, também responsabilizou Bolsonaro pelo aumento das queimadas na Amazônia e defendeu DiCaprio.

Suellen usa narrativas distorcidas e repete argumentos comuns. Ao mencionar a Lei Rouanet, que permite a dedução de impostos para investimentos em cultura, ela toca em uma

crítica frequente da direita. Essa crítica sugere que artistas se aproveitam de um sistema que subsidia suas obras enquanto criticam o governo.

### **3.3. Zé Barbosa Junior (“Pastor de esquerda”)**

Assim como Suellen Rayanne, o pastor Zé Barbosa também se lançou na corrida pelo cargo de vereador em 2024. Natural de Teresópolis (RJ), ele tentou se eleger em Campina Grande (PB). No *TikTok*, onde se apresenta como “pastor, teólogo, escritor, mangueirense, flamenguista... um ser humano!”, Zé tem 1.452 seguidores e 6.689 curtidas. Além disso, ele tem conta no *Instagram* com mais de 16 mil seguidores. A diferença na influência digital entre Zé Barbosa e Suellen pode ser explicada pela diferença de idade: Suellen tem 25 anos, enquanto Zé tem 53.

Para compreender os discursos e a presença do pastor na política, é essencial contextualizá-lo no cenário do que significa ser pastor no Brasil. Além disso, é importante examinar o papel da direita religiosa no país, com foco na influência das bancadas evangélicas. Também devemos analisar a atuação dos principais partidos ligados às denominações evangélicas, como o Partido Republicano Brasileiro (PRB) e o PSC. Assim como foi feito com o perfil de Suellen, a análise das interações de Zé Barbosa com seu público será realizada de forma qualitativa.

### **Pastor no Brasil**

No Brasil, o papel de um pastor é multifacetado e crucial para a vida religiosa e comunitária. O cargo eclesial de pastor evangélico é oficialmente reconhecido pela Classificação Brasileira de Ocupações (CBO), um documento publicado pelo Ministério do Trabalho e Emprego (MTE), que organiza e descreve as diversas ocupações no mercado de trabalho. A CBO tem o objetivo de reconhecer e codificar oficialmente os cargos e responsabilidades das diferentes profissões.

Os pastores desempenham o papel de líderes espirituais, orientando, educando e apoiando os membros da congregação em sua jornada de fé. Eles conduzem cultos, oferecem aconselhamento e, frequentemente, se envolvem em atividades comunitárias. Além de suas funções religiosas, muitos pastores também se engajam em debates públicos e se posicionam sobre questões sociais. Um exemplo notável é o pastor Zé Barbosa, associado à Igreja Comunidade Batista de Jesus, localizada em Campina Grande, que se destaca por suas práticas

inclusivas e progressistas, apresentando-se como um espaço de “afeto, resistência e misericórdia”.

Em maio de 2024, a igreja fez uma declaração significativa através de um post em seu perfil no *Instagram*. O post dizia: “Jesus cura...a LGBTQIA+fobia”. A legenda da publicação reforçava a mensagem com a frase: “Se existe doença que deva ser curada é a LGBTQIA+fobia, e Jesus, o amor em forma humana, pode curar tanto o preconceito das pessoas quanto as feridas daqueles que são vítimas de uma sociedade fundamentalista e violenta. Jesus está com ‘todes’, e nós estamos aqui para gritar isso bem alto”.

A declaração ilustra um compromisso explícito da igreja em enfrentar a homofobia e a transfobia como questões que precisam ser abordadas e superadas. Em um cenário onde muitas igrejas evangélicas mantêm posturas conservadoras sobre questões de gênero e sexualidade, a posição da Igreja Comunidade Batista de Jesus se destaca como uma exceção, promovendo uma mensagem de inclusão e amor universal.

Além da Igreja Comunidade Batista de Jesus, existem outras igrejas que também se destacam por abordagens semelhantes, buscando promover um espaço de acolhimento, como são os casos da Cidade de Refúgio, ICM Brasil, Comunidade Oásis, Igreja Cristã Contemporânea e Arena Apostólica Church.

A Cidade de Refúgio se define como uma igreja evangélica pluralista. Fundada em 2011 pelo casal Lanna Holder e Rosania Rocha, atualmente tem mais de 20 templos pelo Brasil, em cidades como São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Brasília, Natal, Recife, Fortaleza e até mesmo Lisboa, em Portugal. A ICM Brasil se considera a primeira e maior igreja inclusiva do mundo, presente em todos os continentes, com mais de 200 templos. Em São Paulo, a reverenda Alexya Salvador, primeira mulher trans a ser nomeada pastora na América Latina, lidera a congregação.

A Comunidade Oásis, fundada em 2023 pela jornalista bissexual Luciana Petersen, surgiu após sua expulsão de uma igreja “tradicional”. Atuando de forma itinerante no Rio de Janeiro, a comunidade reúne membros LGBTQIAPN+ e é liderada por Luciana e Matheus Machado, que também foi banido por sua orientação sexual (Azenha, 2024). Já a Igreja Cristã Contemporânea, fundada em 2006 pelo casal de pastores Fábio Inácio e Marcos Gladstone, diz ter como missão levar o amor de Deus a todas as pessoas, sem preconceitos. Atualmente, Marcos Gladstone é uma das maiores referências em teologia inclusiva no país, tendo lançado em 2008 o livro “A Bíblia sem preconceitos”. O primeiro templo da igreja se estabeleceu no Rio de Janeiro e hoje se estendeu para São Paulo, Minas Gerais e Bahia.

Assim como a Comunidade Oásis, do Rio de Janeiro, a Arena Apostólica Church, localizada em Brasília e com células em outras capitais, foi criada por Chlisman Toniazzo após uma experiência negativa gerada pelo pastor da igreja anterior na qual congregava. Na ocasião, o pastor sugeriu que ele passasse por um tratamento para conversão sexual. Após o episódio, Chlisman decidiu criar uma igreja (Barrense, 2023).

Embora existam igrejas progressistas e acolhedoras, a doutrina predominante nas igrejas evangélicas tende a ser mais conservadora. Esse comportamento se explica em parte pela adoção de uma interpretação literal e fundamentalista da Bíblia, que enfatiza princípios tradicionais e uma moralidade rígida, muitas vezes em desacordo com as mudanças sociais e culturais. Além disso, o contexto histórico e cultural das igrejas evangélicas, especialmente nos Estados Unidos e em algumas regiões da América Latina, tem influenciado suas posturas conservadoras em questões como aborto, casamento e direitos LGBT, com o objetivo de preservar a identidade e os valores que consideram essenciais.

### **Direita religiosa**

Historicamente, a religião tem desempenhado um papel central na sociedade, muitas vezes associada ao Estado. Em diversas ocasiões, a igreja foi usada como uma ferramenta de controle social, ajudando a manter a ordem e influenciar comportamentos, ideias e a formação da consciência coletiva. Ao se integrar às estruturas organizadas da sociedade, a religião se torna uma instituição, funcionando como um símbolo dos sentimentos humanos dentro das complexas redes sociais.

Nesse contexto, a moral desempenha um papel crucial na sociedade, pois é usada para manter o poder e regular vários aspectos da vida social, como comportamentos, práticas e, especialmente, a sexualidade. A religião, por sua vez, age como uma ferramenta de controle, definindo o que é certo e errado e o que é aceito ou não por Deus. Assim, a moralidade religiosa ajuda a orientar e regular a conduta das pessoas na sociedade. No entanto, é importante destacar que a moralidade religiosa não é a única fonte de normas sociais. Em contextos mais laicos ou pluralistas, outras influências – como direitos humanos, ciência e filosofia secular – também desempenham um papel importante na orientação das condutas, contribuindo para a construção de normas e valores que podem ou não estar em consonância com os princípios religiosos tradicionais.

Quando uma religião se torna dominante, como no caso das igrejas evangélicas no Brasil, ela passa a exercer uma forte influência sobre os comportamentos e opiniões das pessoas.

Esse poder de influência leva as igrejas a buscar alianças com políticos e partidos que compartilham e amplificam seus valores e preocupações. É exatamente pela postura conservadora que as igrejas evangélicas têm se alinhado cada vez com governantes de direita que, frequentemente, adotam e promovem agendas que ressoam com as visões dessas igrejas sobre moralidade, família e valores tradicionais. Esse alinhamento pode ser tanto estratégico quanto ideológico, refletindo uma convergência de interesses em defesa de políticas que preservam a “moralidade tradicional”. Assim, a “direita religiosa” se consolida como uma força política significativa, empenhada em influenciar a legislação e as políticas públicas de acordo com os princípios que defendem.

No Brasil, a crise econômica agrava ainda mais a situação. A dificuldade financeira cria um ambiente onde ideias e soluções simples se tornam atraentes, especialmente em um cenário de desespero e falta de esperança. A crise não afeta apenas a economia, mas também a forma como as pessoas pensam e fazem política. Por isso surgem figuras como Jair Bolsonaro, que se apresenta como um “salvador” e “homem de família”, oferecendo soluções fáceis e falando a linguagem do povo. Ele usa uma retórica religiosa para ganhar apoio, alimentando preconceitos e atraindo aqueles que se sentem perdidos.

Com Bolsonaro, seus seguidores abraçam ideias simplistas e imediatistas, justificadas por uma interpretação rígida da religião. Esse grupo se fortalece na crença de sua própria invulnerabilidade e age de forma intolerante, desconsiderando e atacando quem discorda. A adesão à sua visão muitas vezes reflete um comportamento fundamentalista, com a religião sendo usada para justificar ações impulsivas e irresponsáveis.

O ideal de família, inclusive, é um tema importante tanto no conservadorismo político quanto nas tradições religiosas. Quando se fala sobre “família”, muitos valores e significados são evocados, influenciando como as pessoas pensam e sentem sobre si mesmas e a sociedade. A família é vista como algo sagrado e fundamental, e não cuidar dela é visto como uma violação dos princípios básicos da humanidade.

Se no passado a Igreja Católica exerceu um controle predominante sobre a sociedade, a Igreja Evangélica, embora mais recente, tem ganhado cada vez mais força, e suas consequências ainda estão sendo analisadas. Essa aliança entre as igrejas evangélicas e os políticos de direita tem levado o Brasil a um dos períodos mais difíceis de sua democracia, que já é bastante frágil. Além disso, tem gerado retrocessos em direitos conquistados ao longo dos anos, especialmente nas áreas de direitos dos trabalhadores, das mulheres, da comunidade LGBTQIAPN+ e de outras minorias.

## **Partidos cristãos**

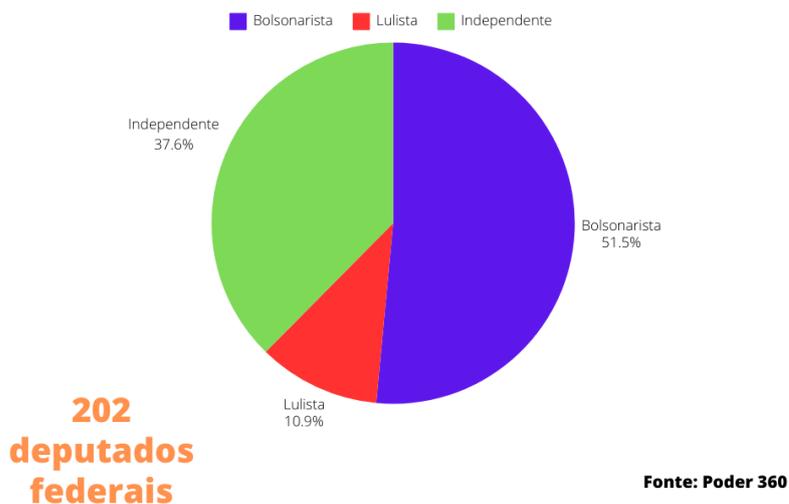
Até a última década, o interesse pelo “sucesso” das igrejas estava restrito à própria instituição religiosa. No entanto, essa dinâmica mudou a partir dos anos 2010, com o crescente interesse na interseção entre religião e política, particularmente no Brasil, onde os laços entre a política e a igreja evangélica se tornaram mais estreitos. A presença de evangélicos na política tem gerado intensas discussões sobre o papel da religião no espaço público.

A entrada de figuras religiosas na esfera política traz uma retórica confessional que, ao longo do tempo, tem se integrado com o discurso político convencional, ajustando-se às normas e práticas do legislativo. Isso revela a capacidade dos parlamentares evangélicos de articular questões religiosas e influenciar a legislação, mesmo em um espaço supostamente laico. Um exemplo é Edir Macedo, empresário e fundador da Igreja Universal do Reino de Deus. Embora não seja um político eleito, sua influência é significativa, e ele tem um papel relevante no apoio político e nas campanhas eleitorais, além de ter fundado o PRB, atual Republicanos. Outro exemplo é Marco Feliciano, que, em 2011, foi eleito deputado federal pelo PSC. Feliciano se tornou uma das figuras mais emblemáticas do movimento evangélico na política brasileira, contribuindo para a amplificação da presença e da retórica religiosa no espaço legislativo.

Atualmente, a Frente Parlamentar Evangélica no Congresso Nacional conta com 228 membros, sendo 202 deputados federais e 26 senadores, distribuídos por 15 partidos diferentes, conforme os gráficos 1 e 2. Desses membros, apenas 26 são aliados ao governo do presidente Lula, enquanto a maior parte da bancada, com 119 integrantes, apoia o ex-presidente Bolsonaro. Ou seja, mais da metade dos membros da frente é composta por congressistas identificados como bolsonaristas (Buss e Julião, 2024).

### **Gráfico 1 – Perfil da bancada evangélica na Câmara**

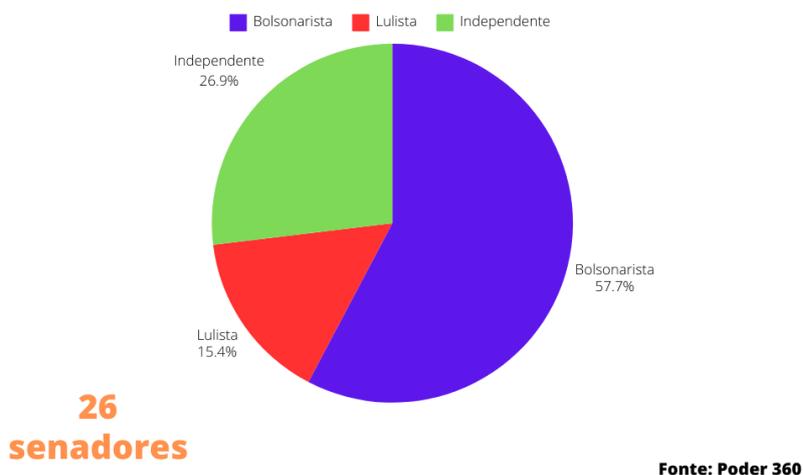
## Perfil da bancada evangélica na Câmara



Fonte: Poder 360/autoria própria

## Gráfico 2 – Perfil da bancada evangélica no Senado

### Perfil da bancada evangélica no Senado



Fonte: Poder 360/autoria própria

Os dados apresentados nos gráficos acima destacam a influência política que o ex-presidente Bolsonaro ainda mantém no Congresso Nacional, especialmente dentro da Frente Parlamentar Evangélica, uma das maiores do Brasil. Na prática, isso significa que essa bancada, com grande peso nas discussões sobre moralidade, costumes e políticas públicas relacionadas à religião, tende a apoiar pautas conservadoras alinhadas ao bolsonarismo.

A composição da Frente Parlamentar Evangélica, com 119 dos 228 membros identificados como bolsonaristas, revela uma resistência considerável às políticas do governo Lula. Isso pode dificultar a aprovação de projetos prioritários para o governo, especialmente nas áreas de direitos humanos, políticas de gênero e diversidade, educação e saúde pública, onde as visões progressistas entram em confronto com as posturas conservadoras dessa bancada.

Essa composição também sugere que a Frente Evangélica pode atuar como uma força de oposição ativa, pressionando por pautas conservadoras, como a defesa da família tradicional, o combate ao aborto e o fortalecimento da influência religiosa nas políticas públicas. Além disso, é provável que busque preservar ou recuperar o espaço político conquistado por Bolsonaro e seus aliados, especialmente em questões que envolvem valores cristãos e conservadores.

Os parlamentares evangélicos frequentemente argumentam que a expansão dos direitos familiares e o reconhecimento de diferentes formatos de família ameaçam a instituição familiar tradicional. Em resposta, eles têm proposto projetos de lei, como o Estatuto da Família, para proteger o conceito de família que defendem. Para legitimar essas posições, os políticos evangélicos utilizam estratégias e discursos adaptados ao ambiente legislativo, transformando debates religiosos em argumentos políticos.

Além disso, a bancada evangélica tem reforçado sua influência por meio de eventos que promovem a “família tradicional”, como a Marcha da Família com Deus pela Liberdade, a Marcha para Jesus e a Jornada Mundial da Juventude. De acordo com a doutrina evangélica, a família ideal é composta por um homem e uma mulher, e qualquer outro arranjo é visto como uma afronta à vontade de Deus.

Neste contexto, é importante analisar a influência dos partidos cristãos na política brasileira, que frequentemente alinham suas agendas políticas aos princípios religiosos, promovendo a visão de mundo das igrejas que representam. Partidos como o Republicanos e o PSC exemplificam como a religião pode moldar a política no Brasil. Fundado em 2005, o Republicanos tem uma forte ligação com a Igreja Universal do Reino de Deus, tendo surgido da fusão entre o PRB e o Partido Republicano Progressista (PRP). Sob a liderança de Edir Macedo, a Igreja Universal desempenha um papel central no partido, que se destaca pela ênfase em princípios conservadores e políticas voltadas para a família e a moralidade tradicional.

Com uma base sólida de apoio nas comunidades evangélicas, o Republicanos tem conseguido mobilizar uma parcela significativa do eleitorado cristão, o que se reflete em sua crescente presença no Congresso e em cargos executivos. Nas eleições de 2022, o partido elegeu

12 deputados federais, garantindo uma representação estratégica para influenciar debates e legislações de interesse. No entanto, atualmente, o partido não conta com representação direta no Senado.

Já o PSC, fundado em 1985 e registrado definitivamente em 1990, é outro partido que se destaca no cenário político brasileiro por sua orientação cristã conservadora. Embora menor em comparação a outras siglas, o PSC tem conseguido influenciar debates políticos e estabelecer alianças estratégicas com figuras e partidos conservadores, especialmente dentro da bancada evangélica. Em relação ao Republicanos, o PSC apresenta uma presença mais modesta na Câmara dos Deputados. Nas eleições de 2022, elegeu 4 deputados federais e, assim como o Republicanos, atualmente não possui representação no Senado Federal.

A bancada evangélica no Brasil tem mostrado tanta fragilidade no discurso político que suas alianças são complexas e, por vezes, confusas. Um exemplo notável disso é a trajetória do Republicanos que, durante os mandatos de Lula e Dilma, foi parte da base aliada, mas em 2016 apoiou o impeachment de Dilma, fez parte governo de Michel Temer e se alinhou com o governo de Bolsonaro. A mudança nas alianças do partido ilustra um pragmatismo político, onde a escolha de parcerias e apoios é baseada em cálculos estratégicos e na busca por influência e poder, mais do que em uma lealdade ideológica rígida.

### **Análise dos vídeos publicados por Zé Barbosa**

O vídeo de Zé Barbosa Junior com mais engajamento possui 14,6 mil visualizações, 2.014 curtidas e 358 comentários, tendo sido adicionado aos “favoritos” por 136 usuários e compartilhado 186 vezes. No vídeo, Zé aparece com uma camiseta vermelha do PT com os dizeres “café, cuscuz & Lula”, falando ao microfone durante Ato pela Democracia, em Campina Grande (PB). O influenciador reforça sua fala em prol da democracia e em luta pela recuperação da bandeira e do hino brasileiro: “nem todo evangélico apoia o fascismo, pelo contrário. Algumas pessoas me perguntam ‘como que você é pastor e de esquerda?’. Eu falo ‘você tem que perguntar é pros outros’. ‘Como é que ele é pastor e de direita?’. ‘Como é que ele é pastor e defende o capitalismo’. ‘Como é que ele é pastor e defende o golpe?’. É isso que não dá para entender. Então a gente está junto com a democracia, há muitos evangélicos que não se curvaram ao Bolsonaro, graças a Deus. Uma das coisas que eles tentaram fazer foi roubar a nossa bandeira, foi roubar o hino que pertence ao povo brasileiro. Não é deles, é nossa” (Figura 17).

**Figura 17** – Ato pela Democracia em 2 de agosto de 2022



Fonte: TikTok, 2024

O uso de símbolos ideológicos e sociais, como a camiseta “café, cuscuz & Lula”, vai além da simples representação de apoio político. Esses símbolos carregam significados profundos que refletem a identidade cultural, a resistência e a luta por reconhecimento social. O cuscuz é um prato tradicional do Nordeste brasileiro, representando a riqueza da culinária local e a resistência cultural da região. Ao incluir o cuscuz na camiseta, o símbolo não apenas faz referência a um alimento popular, mas também enaltece a cultura nordestina, que muitas vezes é marginalizada no cenário nacional (Barbosa, 2024).

Em um outro vídeo, Zé Barbosa faz críticas a um vídeo publicado pelo pastor Silas Malafaia, presidente da igreja Assembleia de Deus, no *YouTube*. Na ocasião, Silas diz que o governo Lula, rejeitado pela grande maioria dos evangélicos, produziu duas propagandas para enganar os evangélicos “mais simples”, utilizando-se de expressões que “pertencem à fé da comunidade evangélica”. O líder da Assembleia cita como exemplo de propaganda enganosa uma mulher “tipicamente vestida como evangélica” no mercado, quando o filho pede uma lata de leite, a mãe recusa e uma outra mulher fala “eu vou dar a ele”. A mãe do garoto então diz: “glória a Deus, quando eu receber o benefício do Bolsa Família eu te pago”. A outra propaganda que Malafaia classifica como enganosa diz respeito a uma família que está de mudança, pois conseguiu uma casa própria por meio do Programa Minha Casa, Minha Vida. A família diz “ô glória” pela conquista. Ambos os programas foram criados durante o governo Lula, sendo o

Bolsa Família assinado pelo presidente em 2004 e o Minha Casa Minha Vida em 2009. Silas Malafaia questiona que pessoas de esquerda não podem fazer uso de expressões evangélicas. O influenciador Zé Barbosa reage ao vídeo chamando o pastor de “mentiroso” (Barbosa, 2024).

Nos vídeos gravados por Zé Barbosa, frequentemente aparece ao fundo uma placa com a seguinte mensagem: “Rua Marielle Franco (1979 – 2028) – mulher negra, LGBTQIA+, periférica, defensora dos direitos humanos, vereadora do PSOL, brutalmente assassinada em 14 de março de 2018”. Além disso, também é possível notar um boné verde com uma estrela vermelha e uma lata decorada com a imagem de uma foice e um martelo, que parece servir de enfeite em uma pequena estante de livros (Figura 18).

**Figura 18** – Símbolos ideológicos e sociais



Fonte: TikTok, 2024

O boné verde com estrela vermelha é um símbolo histórico do socialismo e do comunismo. A estrela vermelha e a foice com o martelo são ícones associados à União Soviética, representando a aliança entre trabalhadores urbanos (operários) e camponeses. Esse símbolo surgiu com os bolcheviques durante a Revolução de Outubro de 1917 e se tornou oficial na União Soviética a partir de 1924. O uso desses símbolos nos vídeos de Zé sugere uma identificação com esses ideais e uma conexão com a história e a luta política associada a esses símbolos.

Em outro vídeo, Zé Barbosa sai em defesa do Padre Júlio Lancelotti, coordenador da Pastoral do Povo de Rua de São Paulo, depois de ser aprovado na Câmara de São Paulo um projeto que prevê multa de R\$ 17 mil a quem doar comida a pessoas em situação de rua sem autorização da Secretaria Municipal de Subprefeituras e da Secretaria Municipal de Assistência e Desenvolvimento Social (SMADS), e ainda sem realizar a limpeza de toda a área onde será realizada a distribuição dos alimentos (Honório, 2024). O projeto de lei foi proposto pelo vereador Rubinho Nunes (União) que, em declaração, explicou que a finalidade do projeto é estabelecer regras para assegurar a segurança alimentar durante a distribuição de alimentos, focando na higiene e no atendimento adequado às pessoas em situação de vulnerabilidade. Segundo o padre Júlio, segurança alimentar é a garantia de que todos tenham acesso à comida necessária.

No vídeo, Zé diz: “eu sou pastor e tô aqui pra demonstrar todo meu apoio, a minha força e meu carinho ao padre Júlio Lancelotti, esse querido, esse homem que realmente faz a diferença no nosso país e que tem sido alvo de tanta mentira, de tanta calúnia, por parte daqueles que, dizendo-se cristãos, tornam-se cada vez mais filhos do diabo, porque o diabo é o pai da mentira. Então, padre Júlio, você não está sozinho, somos milhões de brasileiros ao seu lado, somos milhões de brasileiros que percebem a graça e o amor de Cristo nas suas ações, na sua fala, na sua vida, toda força padre Júlio, estamos com você. E isso só me faz lembrar de Jesus, ao dizer no evangelho de Matheus, bem aventurado é você, padre Júlio, porque está sendo perseguido por causa do nome de Jesus. E mentindo estão dizendo todo mal contra você. Alegre-se padre Júlio, porque assim como foi com você, foi com vários outros como Dorothy Stang, Padre Josimo, Dom Hélder Câmara e tantos outros que deram a vida pelo evangelho e foram perseguidos pelos mentirosos de sempre. Que Deus te abençoe meu querido irmão, seguimos juntos na luta” (Barbosa, 2024).

Um outro vídeo de destaque envolve uma resposta de Zé Barbosa às polêmicas causadas pelas declarações do pastor Washington Almeida que, durante um evento da Igreja Pentecostal em Tucuruí, no Pará, afirmou que o autismo seria resultado de ações demoníacas no ventre das gestantes. Em sua pregação, Washington declarou que “satanás visita o ventre de mulheres desprotegidas, aquelas que não têm a graça, a habilidade, a instrumentalidade e a mentalidade para saber lidar no mundo espiritual, que são vulneráveis e desassistidas”. Suas palavras desafiaram completamente as evidências médicas sobre o Transtorno do Espectro Autista (TEA) e geraram forte indignação nas redes sociais, especialmente entre mães de crianças autistas, que classificaram o discurso como “preconceituoso” e “inadmissível”.

Zé respondeu a essa situação em seu perfil no *TikTok* chamando a atenção para a gravidade das afirmações. Ele critica não apenas o conteúdo da mensagem, mas também a irresponsabilidade de alguém que se diz pastor. Ele disse: “Esse indivíduo se diz pastor itinerante e guardião do altar, ele é de Araguaína (TO), eu estou aqui pra dizer o nome mesmo desse safado. Um cara que diz que o autismo é coisa do diabo e que são mães frágeis que permitem que o diabo entre no útero e faça os filhos serem autistas. Esse cara é um desgraçado, esse cara é um infeliz. É uma vergonha para o evangelho” (Barbosa, 2024).

Após a repercussão negativa, o pastor Washington Almeida gravou uma retratação, pedindo perdão por suas falas. Ele admitiu ter sido “muito infeliz” e que suas palavras não refletem seu verdadeiro caráter. Apesar do pedido de desculpas, o incidente expõe a necessidade de uma reflexão mais profunda sobre a responsabilidade de líderes religiosos em suas comunicações, especialmente em questões tão sensíveis como o autismo.

### **3.4. Impacto das publicações**

Antes de iniciarmos a análise dos vídeos publicados nas contas de Suellen Rayanne e Zé Barbosa, é importante destacar que ambos não foram eleitos como vereadores em suas cidades. Suellen, que concorreu em Rio Claro, obteve 83 votos, enquanto Zé Barbosa, candidato por Campinas Grande, recebeu 67 votos.

Embora o perfil de Lucas Pavanato não tenha sido incluído na análise, já que optamos por focar em figuras que desafiam estereótipos políticos, é importante destacar sua relevância. Pavanato foi o vereador mais votado em São Paulo, conquistando mais de 160 mil votos, e acumula 1,5 milhão de seguidores no *TikTok*. Durante sua campanha, ele se posicionou como apoiador de Pablo Marçal, do Partido Renovador Trabalhista Brasileiro (PRTB), e recebeu o apadrinhamento de Nikolas Ferreira (PL) (Figura 19).

Sua estratégia de comunicação é uma fórmula amplamente usada pela extrema direita nas redes sociais. Inspirado pelo ex-coach que apoiava, Pavanato provocava adversários e destacava temas conservadores para atrair engajamento. Ele frequentemente aparecia em fotos vestindo a camiseta da CBF ao lado de figuras emblemáticas da direita, como Jair Bolsonaro e Silas Malafaia. Além disso, fazia uso de trechos de podcasts, declarações polêmicas e provocações diretas aos seus opositores, consolidando essa abordagem como parte central de sua estratégia de comunicação.

**Figura 19** – Nikolas Ferreira promovendo campanha de Pavanato



Fonte: TikTok, 2024

Entre os fatores que podem ter contribuído para o sucesso de Pavanato e o insucesso de Suellen e Zé, podemos citar: estratégia de comunicação, alianças políticas e apelo emocional. Num primeiro momento, observamos que Pavanato se posicionou de maneira clara e assertiva, aproveitando temas conservadores que ressoam com uma base de eleitores específica. Além disso, a provocação de adversários e o uso de linguagem sensacionalista nas redes sociais ajudaram a amplificar sua visibilidade. Em contrapartida, Zé Barbosa e Suellen Rayanne não conseguiram adotar uma comunicação que gerasse o mesmo nível de identificação e mobilização entre seus eleitores. Suas campanhas podem ter carecido de um foco claro em temas que realmente conectassem com a população.

Pavanato demonstrou um domínio notável das redes sociais, usando-as não apenas para se promover, mas também para criar um diálogo ativo com seus seguidores. Ele se cercou de figuras influentes da direita, o que reforçou sua imagem e legitimidade. Já Zé Barbosa e Suellen podem não ter utilizado as redes sociais com a mesma intensidade ou estratégia. A falta de engajamento efetivo e a ausência de uma narrativa que estimulasse a participação do público podem ter limitado seu alcance.

O apoio de figuras proeminentes, como Pablo Marçal e, principalmente, Nikolas Ferreira, podem ter sido cruciais para a campanha de Pavanato. Zé e Suellen, por outro lado,

podem ter enfrentado desafios em relação a alianças políticas e apoios que amplificassem suas vozes. A falta de uma rede de apoio forte e reconhecida pode ter prejudicado suas campanhas, tornando-as menos visíveis e impactantes.

A capacidade de Pavanato de usar conteúdo visual e emocionalmente apelativo – como fotos com figuras conhecidas e trechos de podcasts – foi uma ferramenta poderosa para criar identificação e empatia com o eleitorado. Ele construiu uma narrativa que não apenas informava, mas também mobilizava e inspirava. Em contraste, Zé e Suellen podem não ter conseguido criar um conteúdo que despertasse a mesma conexão emocional. A falta de histórias pessoais ou um apelo emocional forte pode ter resultado em uma campanha menos memorável e impactante.

Com base nas observações anteriores, em outubro de 2024, foi feita uma análise detalhada das postagens de Zé e Suellen, categorizando o conteúdo publicado por cada um deles. No caso do pastor, foram analisadas todas as 37 postagens feitas por ele desde que sua conta foi criada, organizando-as nas seguintes categorias: **igreja, comunidade LGBT e democracia**. Da mesma forma, examinei a mesma quantidade de postagens de Suellen Rayanne, classificando-as em: **Bolsonaro, comunidade LGBT e terceiro banheiro**. É importante destacar que, devido às diferenças significativas em seus perfis e discursos, não foi possível manter as mesmas categorias para ambos. A seleção das postagens considerou os vídeos mais populares de cada um e não os vídeos publicados mais recentemente, o que foi fundamental para a análise. Vale ressaltar que, como Zé possui poucas publicações, optamos por seguir a mesma quantidade de publicações para Suellen, garantindo uma comparação equilibrada.

A análise das postagens de Zé Barbosa revela que 23 de 37 publicações, o equivalente a 62,16%, estão centradas em temas relacionados à igreja. Essas postagens incluem claras menções a valores religiosos e citações de figuras proeminentes, como Padre Lancelotti e Silas Malafaia. Além disso, Zé Barbosa fala sobre a comunidade LGBT em 3 postagens (8,10%), o que indica que, embora esse não seja um tema prioritário em sua comunicação, ele busca equilibrar sua mensagem religiosa com a inclusão, seguindo a mesma linha da igreja na qual atua como líder. Essa abordagem sugere uma tentativa de promover o diálogo e a aceitação dentro das igrejas, desafiando a noção de que a religião deve ser exclusivista ou rigidamente conservadora, além de ampliar seu público-alvo ao reconhecer a diversidade presente na sociedade.

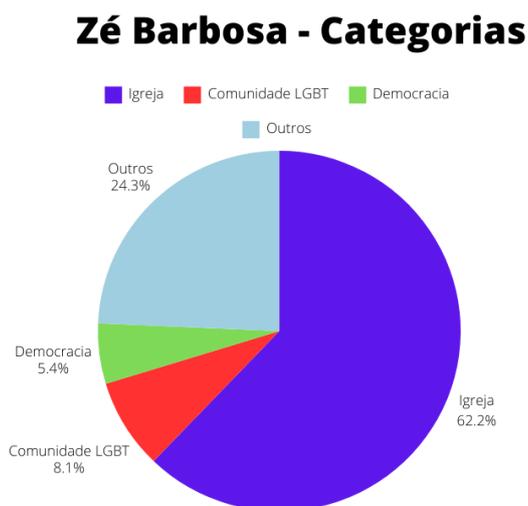
A presença marginal da temática “democracia” nas postagens de Zé Barbosa, com apenas 2 publicações que representam 5,40% do total, sugere que ele pouco fala a respeito de

questões institucionais ou de governança. Em uma dessas publicações, Zé participa de um Ato pela Democracia em Campina Grande, onde se alinha a uma narrativa mais ampla sobre a importância da participação cívica. No entanto, essa abordagem é feita de maneira limitada. Na outra postagem, várias pessoas aparecem dizendo a palavra “democracia”, o que pode ser visto como uma tentativa de criar um efeito coletivo. Contudo, essa estratégia carece de profundidade na discussão do tema. Essa falta de aprofundamento pode indicar uma escolha por um engajamento visual, mas sem o desenvolvimento substancial das questões que envolvem a democracia. Assim, o pastor parece negligenciar a oportunidade de se posicionar de forma mais crítica em relação aos desafios democráticos enfrentados pela sociedade contemporânea.

As 9 postagens restantes (24,32%) abordam temas variados, como política, Nordeste e carnaval, sugerindo que, embora a ênfase esteja nas questões religiosas, Zé também tenta se conectar com temas culturais e sociais.

A análise das 37 postagens (Gráfico 3) de Zé Barbosa revela um perfil multifacetado, desafiando estereótipos comuns que associam a religião, especialmente no contexto evangélico, a uma orientação política conservadora. Ele representa uma nova geração de líderes religiosos que buscam romper com estigmas e preconceitos. A abordagem adotada por ele sugere que a fé pode coexistir com a diversidade e que é possível ser um pastor e defensor de causas progressistas, desafiando as noções simplistas sobre a política religiosa.

**Gráfico 3** – Distribuição de categorias no perfil de Zé Barbosa



Fonte: autoria própria

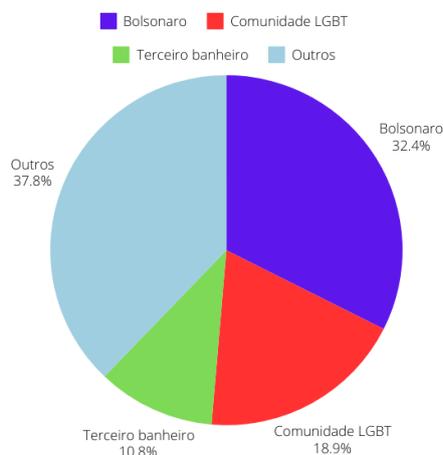
Fonte: TikTok/autoria própria

Já Suellen demonstra um foco considerável em temas relacionados à Bolsonaro, com 12 postagens, ou seja, 32,43% do total. Isso pode indicar uma estratégia de alinhamento com o ex-presidente e sua base, buscando atrair eleitores que compartilham essas simpatias políticas. Além disso, Suellen aborda a comunidade LGBT de maneira crítica em 7 postagens, representando 18,91% do total. Nesses conteúdos, ela contesta posições de grupos que defendem, por exemplo, que mulheres trans utilizem banheiros femininos destinados às mulheres cisgênero, ou que mulheres trans celebrem o “Dia Internacional da Mulher”. Essa postura é claramente voltada para o público conservador que se opõe a essas ideias, reforçando um discurso que valoriza a proteção de valores tradicionais. Essa visão pode gerar divisões dentro da própria comunidade LGBTQIAPN+. Em outras palavras, enquanto algumas pessoas trans podem se sentir representadas por Suellen, outras podem considerar que suas ideias não refletem suas experiências e lutas. Isso cria um ambiente em que há diferentes entendimentos sobre o que significa ser trans, contribuindo para a fragmentação da comunidade em vez de uma união em torno de direitos e inclusão.

Em 4 postagens, equivalentes a 10,81% dos vídeos analisados, Suellen defende a criação de um terceiro banheiro para pessoas trans. Apesar dessa proposta, sua posição contrária ao uso de banheiros femininos por mulheres trans e banheiros masculinos por homens trans revela uma estratégia que vai na direção oposta à inclusão dessas pessoas. Isso indica uma tentativa de apelar a eleitores que se sentem desconfortáveis com questões de identidade de gênero e diversidade. Ao adotar essa abordagem, Suellen busca estabelecer uma conexão com uma base eleitoral que valoriza a preservação de normas sociais tradicionais, ao mesmo tempo em que pode alienar grupos que defendem a inclusão e os direitos das pessoas trans. As 14 postagens restantes (37,83%) cobrem uma variedade de tópicos, incluindo críticas à esquerda e à Rede Globo (Gráfico 4).

**Gráfico 4** – Distribuição de categorias no perfil de Suellen Rayanne

## Suellen Rayanne - Categorias



Fonte: autoria própria

Fonte: TikTok/autoria própria

A análise das postagens de Zé Barbosa e Suellen Rayanne revela estratégias de comunicação distintas, refletindo suas orientações políticas e os públicos que buscam alcançar. Zé Barbosa é um comunicador que se fundamenta em valores religiosos, dedicando a maior parte de seu conteúdo à igreja. Seu enfoque busca criar uma conexão com seu público por meio de uma mensagem que incorpora inclusividade, especialmente em relação à comunidade LGBT, ainda que de forma limitada. Por outro lado, Suellen Rayanne se posiciona claramente na arena política, alinhando-se com a figura de Jair Bolsonaro e criticando a esquerda e a mídia. Sua comunicação é marcada por uma crítica aberta à militância LGBT, voltando-se para um público conservador que valoriza a defesa de valores tradicionais.

No caso de Suellen, a questão se torna ainda mais complexa. A trajetória dela dentro da política conservadora e seu engajamento digital, embora visíveis, geram uma contradição fundamental: não dá para ela ser de direita, no sentido político tradicional, sendo quem ela é. Sua identidade e sua forma de se posicionar nas redes sociais, especialmente no *TikTok*, estão em desacordo com as pautas mais tradicionais da direita, revelando uma incongruência que desafia a lógica política convencional. Embora proponha a criação de um terceiro banheiro para pessoas trans, essa medida é contraditória, uma vez que sua rejeição ao uso de banheiros femininos por mulheres trans revela uma resistência à inclusão plena.

Apesar de quebrarem estereótipos, suas narrativas não conseguiram se destacar na corrida eleitoral. Os resultados nas urnas refletem essa limitação: Zé Barbosa, em Campina Grande, uma cidade com mais de 400 mil habitantes, obteve apenas 67 votos. Já Suellen Rayanne, em Rio Claro, com mais de 200 mil habitantes, conquistou apenas 83 votos. Esses

números demonstram que, apesar de suas tentativas de se conectar com seus públicos, suas mensagens não encontraram ressonância suficiente para resultar em apoio substancial nas urnas. É possível argumentar que, proporcionalmente, Zé teve um desempenho eleitoral ligeiramente melhor que Suellen Rayanne, mesmo tendo bem menos seguidores.

Além disso, percebe-se que ambos não contam com uma estratégia profissional estruturada, o que os coloca em desvantagem em um cenário político cada vez mais influenciado pela expertise na construção de narrativas digitais. A falta dessa estratégia se reflete diretamente na desconexão entre o engajamento digital que conseguem gerar e o apoio real nas urnas, evidenciada pela frustração eleitoral de ambos.

## Conclusões

A eleição municipal de 2024 revelou uma dinâmica preocupante: quem faz diferente e desafia os padrões estabelecidos frequentemente não encontra espaço nessa política contemporânea. O ambiente digital, que muitos consideram um espaço de liberdade de expressão, pode ser, na verdade, bem menos livre do que imaginamos. As plataformas digitais costumam reafirmar e reforçar bolhas ideológicas, onde discursos homogêneos predominam e a diversidade de opiniões se torna cada vez mais escassa.

A trajetória de figuras como Suellen Rayanne e Zé Barbosa ilustra essa realidade. Apesar de Suellen contar com uma base significativa de seguidores no *TikTok* – mais de 111 mil – sua candidatura em Rio Claro resultou em apenas 83 votos. Isso levanta a questão: será que o público que a acompanha nas redes sociais é realmente o mesmo que vota? A desconexão entre a popularidade digital e o apoio eleitoral destaca um fenômeno discutido pelo filósofo Byung-Chul Han, que argumenta sobre a superficialidade das interações nas redes sociais e a forma como estas podem criar ilusões de pertencimento e engajamento na sociedade em que vivemos hoje, a sociedade do cansaço.

Essa superficialidade na interação social, observada por Han, não se limita apenas ao campo das relações pessoais, mas se reflete diretamente na dinâmica política contemporânea. A desconexão entre a influência nas redes sociais e o engajamento político real indica uma crise de representatividade e um distanciamento entre a vida digital e as práticas democráticas, o que exemplifica como a popularidade digital nem sempre se traduz em apoio nas urnas. O fenômeno das bolhas ideológicas, onde o público se concentra em conteúdos que reforçam suas próprias crenças, dificulta o diálogo entre diferentes perspectivas e perpetua a polarização.

Atualmente, é comum ouvirmos que a sociedade se tornou cada vez mais individualista, centrada em si mesma, egoísta e digitalizada, além de apresentar características narcisistas. Essa mudança faz com que as pessoas valorizem o ter em detrimento do ser. O ambiente digital estimula a ideia de que sempre devemos estar produzindo e nos mostrando. As redes sociais, por exemplo, pressionam os indivíduos a serem constantemente ativos para atualizar perfis, responder mensagens e criar conteúdos. Além disso, favorece comparações constantes entre os indivíduos, o que intensifica o narcisismo, já que as pessoas se preocupam mais em projetar uma imagem idealizada de si mesmas. Essa dinâmica pode levar a uma maior solidão e a um sentimento de inadequação, aumentando o cansaço emocional.

Para Han (2015), as redes sociais promovem uma forma de comunicação que prioriza a velocidade e a quantidade de interações em detrimento da profundidade e da autenticidade.

Dessa maneira, as relações passam a se reduzir a curtidas e compartilhamentos. Essa superficialidade na qual o autor se refere, marcada pela egocentria e pela busca incessante de validação das redes sociais, leva a uma desumanização das relações e à sensação de solidão, mesmo em meio a um aparente aumento da comunicação.

O conceito de alteridade, fundamental para a constituição das relações humanas, parece estar se desvanecendo, e isso implica que estamos nos tornando prisioneiros de um modelo que prioriza a autoexploração e a autopromoção em detrimento de vínculos autênticos. Isso se traduz em um adoecimento coletivo, onde as relações são mediadas por uma tela e o ser humano se vê cada vez mais perdido em um labirinto de digitalização que parece oferecer tudo, mas que, na verdade, retira a essência da experiência humana.

Mas será mesmo que a abordagem midiática não é válida? Em São Paulo, parece que figuras midiáticas têm mais chances de sucesso, como o caso de Lucas Pavanato, eleito com uma estratégia digital forte. Essa abordagem ainda é válida, mas no contexto municipal, especialmente fora de grandes centros, não necessariamente reverte em votos. Olhando de forma micro, parece que estamos caminhando para um cenário onde, se um candidato não se alinha com certas pautas hegemônicas, ele não consegue prosperar, não se encaixa. Tanto Suellen quanto Zé Barbosa se destacam como vozes fora do padrão hegemônico que prevalece.

Além disso, a eleição municipal de 2024 evidenciou uma queda significativa nos votos para prefeitos e vereadores de esquerda, com destaque para o PT. O partido conseguiu eleger apenas 252 dos 5.565 prefeitos do país. Se olharmos para as capitais, somente em Fortaleza a sigla saiu vitoriosa, o que representou a primeira conquista da legenda em capitais desde 2016 (Santos, 2024).

Cidades do ABC Paulista, onde a esquerda sempre prevaleceu por conta da luta sindical e por ter sido berço político do presidente Lula, está cada vez mais se alinhando à direita, isso pode ter se dado em razão da dissolução do sindicalismo na região. Nas eleições municipais, cidades como Santo André, São Caetano do Sul e São Bernardo do campo elegeram candidatos do PSDB, PL e Podemos, respectivamente. Essa queda em votos também pode ser justificada pelo fato de que o PT segue resistente, não se renova e acaba perdendo espaço (Dos Santos e Araújo, 2022).

Esse contexto abre margem para a ressurreição da ideia de Bobbio (2011) sobre uma possível “terceira via” política, na qual a dualidade entre direita e esquerda se torna menos evidente enquanto o centro adquire força cada vez maior. As falhas eleitorais de Suellen e Zé indicam um padrão de desconexão com o público, diferentemente do sucesso de Lucas Pavanato. Natural de Sorocaba e ex-estagiário de campanha de Fernando Holiday, Pavanato

ainda é novo no cenário político. Embora ele tenha perdido uma candidatura ao cargo de deputado federal pelo Partido Novo em 2022, obteve êxito nas eleições municipais de 2024, conquistando uma vaga na Câmara Municipal de São Paulo.

Estamos vivendo um momento em que a resistência à esquerda se intensifica e, embora a polarização tradicional entre direita e esquerda ainda esteja presente, vemos uma transformação nos cenários eleitorais. A chamada “terceira via” surge como uma resposta a essa nova dinâmica, atraindo eleitores que buscam alternativas além das ideologias partidárias estabelecidas. Essa emergência da “terceira via” sinaliza uma fragmentação do campo político e aponta para a insatisfação crescente com os discursos polarizados, que muitos eleitores passam a considerar insuficientes para atender às complexas demandas sociais e econômicas atuais.

Ao mesmo tempo, há uma percepção de “falência do coletivo,” onde interesses individuais e representações de figuras públicas midiáticas parecem sobrepor-se à coesão tradicional dos partidos. Cada vez mais, candidatos com apelo midiático ocupam um papel central, mas, muitas vezes, desprovido de uma conexão duradoura com as bases comunitárias e com pautas de interesse coletivo. Essa tendência coloca em questão a natureza do engajamento político e o papel das redes sociais que, embora ampliem a visibilidade, podem não criar o tipo de solidariedade e propósito coletivo necessários para sustentar mudanças estruturais.

Assim, enquanto a “terceira via” oferece uma alternativa aos modelos bipolares da política, ela também reflete uma política mais individualista, centrada em figuras que conseguem conquistar apoio momentâneo, mas que nem sempre mantêm um compromisso contínuo com um projeto coletivo de longo prazo. Esse movimento sugere uma reconfiguração do espaço político, onde a conexão digital se intensifica, mas, paradoxalmente, a ideia de um “nós” enfraquece em favor do “eu”.

Nesse sentido, o *TikTok*, apesar de seu potencial para democratizar a comunicação e engajar novos públicos, pode também reforçar essas bolhas, favorecendo a viralização de discursos que atraem curtidas e compartilhamentos, mas que não necessariamente geram uma reflexão crítica ou uma ação política efetiva. A possibilidade de um “espectador-passivo”, que se limita a consumir conteúdo sem um real engajamento ou transformação, torna-se uma armadilha comum nesse novo ambiente.

Considerando o contexto político atual e as reflexões desenvolvidas ao longo do trabalho, é essencial destacar que o sucesso eleitoral não depende unicamente da popularidade nas redes sociais. Como o estudo mostra, a política no *TikTok*, embora eficiente para ampliar a visibilidade de candidatos e suas plataformas ideológicas, revela limitações em converter esse

engajamento virtual em votos concretos. O *TikTok* funciona em um ambiente mediado por algoritmos que favorecem bolhas ideológicas, promovendo interações rápidas e superficiais. No entanto, esses mecanismos podem não gerar o tipo de conexão mais profunda e de longo prazo necessária para conquistar eleitores no mundo real.

O distanciamento entre o que é consumido no digital e as decisões eleitorais aponta para um desafio crítico: entender como o comportamento dos eleitores é influenciado, não apenas pelas interações nas redes, mas também por fatores externos, como debates públicos, campanhas de rua e o contato direto com as comunidades. Portanto, futuros estudos podem se debruçar sobre essa dissociação entre o “like” e o voto, explorando como a participação online pode, eventualmente, ser convertida em apoio real nas urnas.

Além disso, é importante refletir sobre as consequências da manipulação algorítmica para a democracia. O *TikTok*, assim como outras redes sociais, opera com base em um modelo que prioriza o engajamento e a retenção de usuários, muitas vezes à custa de discussões políticas mais complexas e profundas. Isso levanta questões éticas sobre o papel das plataformas digitais na formação da opinião pública e como elas podem ser reguladas para garantir que promovam um debate democrático saudável.

O trabalho destaca que o ambiente digital – especialmente plataformas como o *TikTok* – desempenha um papel central na forma como os eleitores e candidatos se relacionam. No entanto, a lógica algorítmica que rege essas redes muitas vezes transforma o espaço democrático em uma arena de superficialidade, onde curtidas, compartilhamentos e visualizações se sobrepõem ao debate profundo e reflexivo. Esse modelo amplificado pelas redes sociais frequentemente reafirma crenças e valores existentes, em vez de promover a diversidade e a troca autêntica entre diferentes visões, reforçando bolhas ideológicas e promovendo discursos polarizados.

Em síntese, o algoritmo do *TikTok* utiliza um conjunto complexo de sinais, como palavras-chave, símbolos visuais, narrativas temáticas e padrões de engajamento, para categorizar conteúdos políticos como de direita ou esquerda. Nesta pesquisa, classificada como interdisciplinar, foram combinados estudos da linguagem, mídia e ciência política. Ao analisar os perfis de Suellen Rayanne e Zé Barbosa, foram consideradas expressões, assuntos e viés ideológico.

Palavras e hashtags, por exemplo, são elementos cruciais na segmentação de conteúdos políticos no *TikTok*. No caso da direita, termos como “família tradicional”, “liberdade econômica”, “intervencionismo estatal” e “valores cristãos” são frequentemente utilizados em postagens que buscam reforçar ideais conservadores. Já para a esquerda, palavras e hashtags

como “justiça social”, “anticapitalismo”, “igualdade racial”, “liberdade de gênero” e “movimento negro” tendem a ser mais comuns. Essas expressões são sinais claros para o algoritmo, que as utiliza para determinar em que tipo de espaço ideológico o conteúdo se encaixa. O uso dessas palavras ou hashtags ajuda a posicionar postagens dentro de nichos de audiência que compartilham crenças semelhantes ou que estão mais propensos a engajar com esse tipo de conteúdo.

No *TikTok*, a imagem também é um vetor de comunicação política. Para a direita, símbolos como a bandeira do Brasil, cruzeiros ou referências ao armamento (como armas de fogo) podem ser indicativos de um conteúdo de viés conservador, em defesa da liberdade individual ou valores patrióticos. Do outro lado, a bandeira LGBTQIA+, o punho cerrado ou a estrela vermelha podem estar associados a ideologias de esquerda.

O estilo de linguagem também influencia o modo como o algoritmo categoriza os conteúdos. Postagens de direita frequentemente utilizam um tom assertivo e apelam para valores de autoridade e tradição, enquanto conteúdos de esquerda podem adotar uma abordagem mais racional e argumentativa, com foco em justiça social e equidade.

A análise dos conteúdos e das interações nos perfis revelou também que valores centrais como moralidade, liberdade e justiça são utilizados de maneira estratégica para construir narrativas políticas e ideológicas.

Uma análise das estratégias de comunicação adotadas por Suellen e Zé no *TikTok*, considerando suas postagens e a forma como essas estratégias visam construir a imagem de pertencimento a um espectro ideológico específico, nos permitiu identificar táticas como o uso de memes, linguagem visual, referências a símbolos ideológicos, e o engajamento direto com questões políticas atuais.

Essas dinâmicas, pautadas pela segmentação de conteúdos e pela construção de bolhas ideológicas, refletem uma lógica maior que caracteriza o funcionamento das plataformas digitais no contexto atual. No contexto das *big techs*, como *TikTok*, *Meta* e outras grandes empresas digitais, é crucial notar que essas corporações têm responsabilidades democráticas que frequentemente são negligenciadas em favor do lucro e da retenção de usuários. As *big techs* operam com um poder quase inédito na capacidade de moldar a opinião pública, ainda que frequentemente ignorem as consequências de suas práticas algorítmicas sobre a saúde da democracia. A concentração de poder informacional nas mãos de poucas corporações levanta questionamentos sobre o impacto de uma interação política mediada e controlada por interesses privados e pautada pelo engajamento rápido e lucrativo.

Assim, os desafios apresentados pelo papel das *big techs* nas dinâmicas democráticas exigem uma reflexão ampla sobre ética e regulação. A falta de compromisso das plataformas com um modelo de comunicação que priorize a pluralidade e a responsabilidade cívica aponta para a necessidade de políticas de regulação que visem mitigar os efeitos negativos da economia da atenção sobre o engajamento político e a coesão social. As redes podem contribuir para a participação democrática, mas isso dependerá de uma mudança no compromisso das plataformas, que precisam ser responsabilizadas não só por oferecer visibilidade, mas por contribuir para um ambiente de debate saudável e inclusivo.

## REFERÊNCIAS

“TRANS de Direita” anuncia ser pré-candidata a vereadora em Rio Claro (SP), desafiando estereótipos. **Hora Brasília**, 30 mar. 2024. Disponível em:

<https://horabrasilia.com.br/2024/03/trans-de-direita-anuncia-ser-pre-candidata-a-vereadora-em-rio-claro-sp-desafiando-estereotipos/>. Acesso em: 25 abr. 2024.

88% das crianças e jovens brasileiros têm redes sociais; TikTok lidera. **IstoÉ Dinheiro**, 25 ago. 2022. Disponível em: <https://istoedinheiro.com.br/88-das-criancas-e-jovens-brasileiros-tem-redes-sociais-tiktok-lidera/>. Acesso em: 7 jun. 2023.

ALMEIDA, D. Brasil registrou 145 assassinatos de pessoas trans no ano passado. **Agência Brasil**, 29 jan. 2024. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/direitos-humanos/noticia/2024-01/brasil-registrou-145-assassinatos-de-pessoas-trans-no-ano-passado#:~:text=ouvir,2022%2C%20quando%20houve%20131%20casos>. Acesso em: 24 ago. 2024.

ALVES, S. Quase metade da geração Z faz pesquisas no TikTok e Instagram ao invés do Google. **Época Negócios**, 14 jul. 2022. Disponível em: <https://epocanegocios.globo.com/Tecnologia/noticia/2022/07/quase-metade-da-geracao-z-faz-pesquisas-no-tiktok-e-instagram-ao-inves-do-google.html>. Acesso em: 10 jul. 2023.

AMARAL, D. G. do; BEZERRIL CÂMARA, C. Rasuras, brechas e visibilidade e o self algoritmizado: Bianca Nicole as performances do corpo no TikTok. **Comunicação Mídia e Consumo**, [S. l.], v. 20, n. 59, 2023. DOI: 10.18568/cmc.v20i59.2858. Disponível em: <https://revistacmc.espm.br/revistacmc/article/view/2858>. Acesso em: 18 mar. 2024.

ANDRADE, Jenne. Influencers abrem o jogo sobre o TikTok: dá pra ganhar dinheiro?. **Estadão**, 24 jul. 2023. Disponível em: <https://investidor.estadao.com.br/comportamento/tiktok-da-para-ganhar-dinheiro-influencer/>. Acesso em: 8 set. 2023.

ANTOUN, H. Vigilância, Comunicação e Subjetividade na Cibercultura. In: BRUNO, Fernanda; KANASHIRO, Marta; FIRMINO, Rodrigo. (Org.). **Vigilância e Visibilidade: espaço, tecnologia e identificação**. 1 ed. Porto Alegre: Sulina, 2010, v. 1, p. 145-154.

AZENHA, M. Após ser expulsa, evangélica bissexual cria igreja para acolher cristãos LGBTQIAP+: ‘Deus ama a diversidade’. **Revista Marie Claire**, 29 fev. 2024. Disponível em: <https://revistamarieclaire.globo.com/retratos/noticia/2024/02/apos-ser-expulsa-evangelica-bissexual-cria-igreja-para-acolher-cristaos-lgbtqiap-deus-ama-a-diversidade.ghtml>. Acesso em: 1 out. 2024

BALBINO, L. Trumpismo e bolsonarismo não dependem do líder para sobreviver, diz especialista em extremismo da direita. **O Globo**, 27 ago. 2023. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/mundo/noticia/2023/08/27/trumpismo-e-bolsonarismo-nao-dependem-do-lider-para-sobreviver-diz-especialista-em-extremismo-da-direta.ghtml>. Acesso em: 28 ago. 2023.

BARBOSA, J. **Malafaia, o mentiroso!** Paraíba, 9 jan. 2024. TikTok: @pastordeesquerda. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@pastordeesquerda/video/7322270255282228485>. Acesso em: 14 nov. 2024.

BARBOSA, J. **Meu apoio ao Padre Julio Lancellotti.** Paraíba, 4 jan. 2024. TikTok: @pastordeesquerda. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@pastordeesquerda/video/7320344726257831173>. Acesso em: 14 nov. 2024.

BARBOSA, J. **Minha fala hoje no Ato pela Democracia aqui em Campina Grande.** Paraíba, 8 jan. 2024. TikTok: @pastordeesquerda. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@pastordeesquerda/video/7321809416934706437>. Acesso em: 14 nov. 2024.

BARBOSA, J. **Pastor canalha diz que crianças autistas são manipulação do diabo na barriga das mães.** Paraíba, 16 jul. 2024. TikTok: @pastordeesquerda. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@pastordeesquerda/video/7392423345494510853>. Acesso em: 14 nov. 2024.

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

BARRENSE, H. 'Sou gay, fui expulso de casa e fundei uma igreja'; conheça a Arena Church. **Uol**, 23 fev. 2023. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2023/02/23/arena-church-entrevista.htm>. Acesso em: 1 out. 2024.

BEIGUELMAN, G. **Políticas da imagem:** Vigilância e resistência na dadosfera. 1.ed. São Paulo: Ubu Editora, 2021. v.1. 224p.

BIDEN sanciona lei que protege casamento entre pessoas do mesmo sexo. **G1**, 13 dez. 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/mundo/noticia/2022/12/13/biden-sanciona-lei-que-protege-casamento-entre-pessoas-do-mesmo-sexo.ghtml>. Acesso em: 7 set. 2023.

BOBBIO, N. **Direita e esquerda:** razões e significados de uma distinção política. São Paulo: Editora Unesp, 2011.

BOLSONARO exalta Ustra na votação do impeachment em 2016. **YouTube**, 8 de agosto de 2019. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=xiAZn7bUC8A>. Acesso em: 3 set. 2023.

BOURDIEU, P. The forms of capital. In: RICHARDSON, John G. (Ed.). **Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education.** New York: Greenwood Press, 1986. p. 241-258.

BRANDÃO, Z.; BAETA, A. M.; ROCHA, A. **Evasão e repetência no Brasil:** a escola em questão. 2. ed. Rio de Janeiro, RJ: Dois Pontos, 1986.

BRESSER-PEREIRA, L. C. A nova centro-esquerda. **Revista Século XXI**, n. 2, 1999, p. 46-52.

BRESSER-PEREIRA, L. C. O paradoxo da esquerda no Brasil. **Revista Novos Estudos**, São Paulo, n. 74, 2006, p. 25-45.

BUCCI, E. Imprensa ‘de esquerda’? Imprensa ‘de direita’?. **Estadão**, 20 mar. 2014. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/opiniaio/imprensa-de-esquerda-imprensa-de-direita-imp/>. Acesso em: 7 set. 2023.

BUCHER, T. The algorithmic imaginary: Exploring the ordinary affects of Facebook algorithms. **Information, Communication & Society**, 20(1), 2017. DOI: <https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1154086>.

BUSS, G; JULIÃO, F. Saiba quem comanda e quem integra a bancada evangélica no Congresso. **Poder 360**, 28 jan. 2024. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/congresso/saiba-quem-comanda-e-quem-integra-a-bancada-evangelica-no-congresso/>. Acesso em: 1 out. 2024.

CADWALLADR, C.; GRAHAM-HARRISON, E. 50 million Facebook profiles harvested for Cambridge Analytica in major data breach. **The Guardian**, Londres, Inglaterra, p. 1-2, 17 mar. 2018. Disponível em: <https://www.theguardian.com/news/2018/mar/17/cambridge-analytica-facebook-influence-us-election>. Acesso em: 25 out. 2024.

CANAVILHAS, J. **A comunicação política na era da internet**. Universidade Beira Interior, 2009. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-comunicacao-politica-na-era-da-internet.pdf>. Acesso em: 21 de set. de 2023.

CANDIDATURAS trans 2018. **Antra**, 2018. Disponível em: <https://antrabrasil.org/eleicoes2018/>. Acesso em: 28 abr. 2020.

CANOVAN, M. Trust the People! Populism and the Two Faces of Democracy. **Political Studies**, v. XLVII, n. 1, p. 2-16, March, 1999.

CARVALHO, M. **“Muito Prazer, Eu Existo!”** Visibilidade e reconhecimento no ativismo de pessoas trans no Brasil. Tese (Doutorado em Saúde Coletiva) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2015.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede: a era da informação: economia, sociedade e cultura**. Vol. 1. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTELLS, M; CARDOSO, Gustavo (Orgs.). **A Sociedade em Rede: do conhecimento à ação política**; Conferência. Belém (Por): Imprensa Nacional, 2005.

CELLARD, A. **A análise documental**. In: POUPART, J. et al. A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos. Petrópolis, Vozes, 2008.

CENTRÃO se divide entre Bolsonaro e Lula com meta de se manter no poder. **CNN**, 13 abr. 2022. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/centrao-se-divide-entre-bolsonaro-e-lula-com-meta-de-se-manter-no-poder/>. Acesso em: 31 ago. 2023.

CERDA, G.; ARIAS, I. **TikTok y su Rol Predominante en la Campaña Presidencial de Xavier Hervas**. Revista Enfoques de la Comunicación, 2021, n. 6, p.65-96. Disponível em: [https://repositorio.consejodecomunicacion.gob.ec/handle/CONSEJO\\_REP/560](https://repositorio.consejodecomunicacion.gob.ec/handle/CONSEJO_REP/560). Acesso em: 17 mar. 2024.

CERVI, L.; TEJEDOR, S.; LLADÓ, C. M. **TikTok and the new language of political communication: the case of Podemos.** *Cultura, Lenguaje y Representación*, Vol. XXVI, 2021, p. 267-287. Disponível em: <https://www.e-revistas.uji.es/index.php/clar/article/view/5817>. Acesso em: 16 mar. 2024.

CHAUÍ, M. Sociedade brasileira: violência e autoritarismo por todos os lados: depoimento. Entrevista concedida a Juvenal Savian Filho e Laís Modelli. **Revista Cult**, 2016. Disponível em: <https://revistacult.uol.com.br/home/marilena-chau-i-violencia-e-autoritarismo/>. Acesso em: 20 ago. 2023.

CHINA é acusada de acessar dados de TikTok de manifestantes em Hong Kong. **Veja**, 7 jun. 2023. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/mundo/china-e-acusada-de-acessar-dados-de-tiktok-de-manifestantes-em-hong-kong>. Acesso em: 13 out. 2023.

COHEN, S. Viktor Orbán propaga retórica apocalíptica contra a mistura de raças. **G1**, 25 jul. 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/mundo/blog/sandra-cohen/post/2022/07/25/viktor-orban-propaga-retorica-apocaliptica-contra-a-mistura-de-racas.ghtml>. Acesso em: 26 ago. 2023.

COIMBRA, M. R. et al. Comunicação política e midiaticização: o embate de Bolsonaro com a imprensa. **Intexto**, Porto Alegre, n. 52, e-98933, jan./dez. 2021. DOI: <http://dx.doi.org/10.19132/1807-8583202152.98933>.

CONCEIÇÃO, G. H. **Partidos políticos e educação: a extrema-esquerda brasileira e a concepção de partido como agente educativo.** Tese (Doutorado em Educação) – Universidade Estadual de Campinas, 1999.

COSTA, L. M. **Ética nos algoritmos: a nova fronteira da governança.** *GV EXECUTIVO*, v. 20, p. 45-45, 2021.

COUTO, M. ‘Faz o L’: entenda a batalha pelo slogan nas redes e veja o desempenho de governo e oposição. **O Globo**, 26 fev. 2023. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/blogs/sonar-a-escuta-das-redes/post/2023/02/faz-o-l-entenda-a-batalha-pelo-slogan-nas-redes-e-veja-o-desempenho-de-governo-e-oposicao.ghtml>. Acesso em: 27 fev. 2023.

CRESCIMENTO da internet desacelera e 2,7 bilhões ficam fora da rede. **Nações Unidas**, 16 set. 2022. Disponível em: <https://news.un.org/pt/story/2022/09/1801381#:~:text=Ao%20todo%2C%20existem%205%2C3,um%20ter%C3%A7o%20da%20popula%C3%A7%C3%A3o%20mundial>. Acesso em: 17 set. 2023.

DA SILVEIRA, S. A. Governo dos algoritmos. **Revista de Políticas Públicas**, v. 21, n. 1, p. 267-281, 2017.

DA SILVEIRA, S. A.; BRAGA, S.; PENTEADO, C. (org.). **Cultura, política e ativismo nas redes digitais.** 1. ed. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2014. 346 p. Disponível em: <https://fpabramo.org.br/publicacoes/wp-content/uploads/sites/5/2019/03/RedesDigitais-web.pdf>. Acesso em: 25 out. 2024.

DAL BELLO, C. **Visibilidade, vigilância, identidade e indexação**: a questão da privacidade nas redes sociais digitais. Logos (UERJ. Impresso), v. 18, p. 139-151, 2011.

DE ANDRADE, H. Bolsonaro pede votos com aliado negro antes de decisão do STF sobre racismo. **Uol**, 27 ago. 2018. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/eleicoes/2018/noticias/2018/08/27/bolsonaro-pede-votos-com-aliado-negro-antes-de-decisao-do-stf-sobre-racismo.htm>. Acesso em: 15 mai. 2024.

DE ARAÚJO, R. R. B. Rezende Borges. Reflexões sobre populismo e democracia no pensamento de Ernesto Laclau e Chantal Mouffe. **Mediações-Revista de Ciências Sociais**, p. 347-361, 2021.

DE BARROS, D. M. Fala de Bolsonaro sobre racismo causa revolta nas redes; veja vídeo. **Veja**, 10 ago. 2022. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/coluna/virou-viral/racismo-de-bolsonaro-causa-revolta-nas-redes-veja-video>. Acesso em: 24 ago. 2024.

DE MARI, J.; FIGUEIREDO, C. Geraldo Alckmin deixa PSDB após 33 anos no partido. **CNN**, 15 dez. 2021. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/geraldo-alckmin-deixa-psdb-apos-33-anos-no-partido/>. Acesso em: 6 set. 2023.

DE MELLO, M. Guilherme Boulos é deputado federal mais votado em SP com mais de 1 milhão de votos. **Brasil de Fato**, 2 out. 2022. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2022/10/02/guilherme-boulos-e-deputado-federal-mais-votado-de-sp-com-quase-1-milhao-de-votos>. Acesso em: 5 fev. 2023.

DELEUZE, G. Post-scriptum sobre as sociedades de controle. In: DELEUZE, G. **Conversações: 1972-1990**. São Paulo: 34, 1992. p. 219-226.

DENZIN, N. K. e LINCOLN, Y. S. Introdução: a disciplina e a prática da pesquisa qualitativa. In: DENZIN, N. K. e LINCOLN, Y. S. (Orgs.). **O planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2006. p. 15-41.

DOCUMENTOS indicam que aliança da Folha com a ditadura foi mais forte do que jornal admite. **Carta Capital**, 4 jul. 2023. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/sociedade/documentos-indicam-que-alianca-da-folha-com-a-ditadura-foi-mais-forte-do-que-jornal-admite/>. Acesso em: 7 set. 2023.

DOS SANTOS, M. F.; ARAÚJO, M. Berço político do PT, o ABC Paulista mudou desde período das grandes greves. **Contraponto Digital**, 11 dez. 2022. Disponível em: <https://contrapontodigital.pucsp.br/noticias/berco-politico-do-pt-o-abc-paulista-mudou-desde-periodo-das-grandes-greves>. Acesso em: 31 out. 2024.

DUFFY, C. TikTok: Criadores têm que se acostumar a produzir vídeos mais longos. **CNN**, 17 dez. 2023. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/tecnologia/tiktok-criadores-tem-que-se-acostumar-a-produzir-videos-mais-longos/#:~:text=Nos%20%C3%BAltimos%20tr%C3%AAs%20anos%2C%20o,embora%20n%C3%A3o%20estejam%20amplamente%20dispon%C3%ADveis>. Acesso em: 10 jan. 2024.

ELEIÇÕES 2024: 967 candidatos de todo o país se declaram transgêneros em registro no TSE. **G1**, 16 ago. 2024. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/eleicoes/2024/noticia/2024/08/16/eleicoes-2024-967-candidatos-de-todo-o-pais-se-declaram-transgeneros-em-registro-no-tse.ghtml>. Acesso em: 24 ago. 2024.

EMILIANA, C. 2º vereador mais votado de BH, Nikolas Ferreira chama Duda Salabert de homem: ‘é isso que está na certidão’. **Estado de Minas**, 15 nov. 2020. Disponível em: [https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2020/11/15/interna\\_politica,1205365/2-vereador-mais-votado-de-bh-nikolas-ferreira-duda-salabert-homem.shtml](https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2020/11/15/interna_politica,1205365/2-vereador-mais-votado-de-bh-nikolas-ferreira-duda-salabert-homem.shtml). Acesso em: 5 fev. 2023.

ENTENDA a relação de Lula e do PT com as ditaduras de esquerda. **CNN**, 23 nov. 2021. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/entenda-a-relacao-de-lula-e-do-pt-com-as-ditaduras-de-esquerda/>. Acesso em: 5 set. 2023.

ENTRE os dez políticos mais seguidos no TikTok somente Lula é de esquerda. **O Tempo**, 30 set. 2023. Disponível em: <https://www.otempo.com.br/politica/entre-os-dez-politicos-mais-seguidos-no-tiktok-somente-lula-e-de-esquerda-1.3244992>. Acesso em: 10 out. 2023.

EUA anuncia sanções contra a Turquia por compra de mísseis russos. **Uol**, 14 dez. 2020. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/afp/2020/12/14/eua-anuncia-sancoes-contra-a-turquia-por-compra-de-misseis-russos.htm>. Acesso em: 26 ago. 2023.

EUA tacham comentários de Erdogan sobre judeus de ‘antissemitas’. **Sputnik**, 18 mai. 2021. Disponível em: <https://sputniknewsbr.com.br/20210518/eua-tacham-comentarios-de-erdogan-sobre-judeus-de-antissemitas-17541421.html>. Acesso em: 26 ago. 2023.

FANJUL, S. Byung-Chul Han: “O celular é um instrumento de dominação. Age como um rosário”. **El País**, 9 out. 2021. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/cultura/2021-10-09/byung-chul-han-o-celular-e-um-instrumento-de-dominacao-age-como-um-rosario.html>. Acesso em: 2 nov. 2023.

FARFAN, T; FALCÃO, T. PSDB libera filiados e diretórios para apoiarem Lula ou Bolsonaro no 2º turno. **CNN**, 4 out. 2022. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/psdb-libera-filiados-e-diretorios-para-apoiarem-lula-ou-bolsonaro-no-2o-turno/>. Acesso em: 6 set. 2023.

FAUSTO NETO, A. A circulação além das bordas. In: FAUSTO NETO, A; VALDETTARO, S. (orgs). **Mediatización, Sociedad y Sentido: diálogos entre Brasil y Argentina**. Rosario: Departamento de Ciencias da Comunicación, Universidad Nacional de Rosario, 2010. p. 2-15.

FAUSTO NETO, A. Fragmentos de uma analítica da mediatização. **Matrizes**, São Paulo, v.1, n.2, p. 89-105, 2008.

FEITOSA, C. Barreiras à ambição e à representação política de LGBT no Brasil. **Ártemis**, João Pessoa, v. 24, n. 1, p. 120-131, 2017.

FERREIRA, A.; GALVÃO, W. Policiais do DF são filmados conversando com invasores do Congresso Nacional. **G1**, Distrito Federal, 8 jan. 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/df/distrito-federal/noticia/2023/01/08/policiais-do-df-sao-filmados-conversando-com-invasores-do-congresso-nacional.ghtml>. Acesso em: 3 set. 2023.

FERREIRA, I. Notícias falsas sobre covid exploraram aspectos culturais para manipular população. **Jornal da USP**, 6 set. 2023. Disponível em: <https://jornal.usp.br/ciencias/noticias-falsas-sobre-covid-exploraram-aspectos-culturais-para-manipular-populacao/>. Acesso em: 14 mai. 2024.

FIGUEROO BENÍTEZ, J. C.; DE OLIVEIRA, J. S.; MANCINAS-CHÁVEZ, R. TikTok como herramienta de comunicación política de los presidentes iberoamericanos. **Redes sociales y ciudadanía: Ciberculturas para el aprendizaje**, 2022.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.

FOUCAULT, M. O panoptismo. In: FOUCAULT, M. **Vigiar e punir: nascimento da prisão**. Lisboa: Edições 70, 2013. E-book.

FRANCO, M. L. **Análise de conteúdo**. Brasília: Liber Livros, 2012.

FREITAS, F. Eleições nos EUA: ‘Biden não é de esquerda’, dizem especialistas; entenda. **IG**, 15 nov. 2020. Disponível em: <https://ultimosegundo.ig.com.br/mundo/2020-11-15/eleicoes-nos-eua-biden-nao-e-de-esquerda-dizem-especialistas-entenda.html>. Acesso em: 7 set. 2023.

FREITAS, F. Meta explica recomendação do feed antes da EU forçar divulgação de algoritmos. **Tecnoblog**, 29 jun. 2023. <https://tecnoblog.net/noticias/2023/06/29/meta-explica-recomendacao-do-feed-antes-da-ue-forcar-divulgacao-de-algoritmos/>

FREITAS, F. TikTok: europeus poderão desativar o algoritmo da plataforma. **Tecnoblog**, 4 ago. 2023. Disponível em: <https://tecnoblog.net/noticias/2023/08/04/tiktok-europeus-poderao-desativar-o-algoritmo-da-plataforma/>. Acesso em: 15 out. 2023.

FRIEDMAN, M. **Capitalismo e liberdade**. Rio de Janeiro: LTC, 2014.

FUNG, B. Biden sanciona lei que pode proibir TikTok; entenda o que acontece agora. **CNN**, 24 abr. 2024. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/internacional/biden-sanciona-lei-que-pode-proibir-tiktok-entenda-o-que-acontece-agora/#:~:text=Biden%20sanciona%20lei%20que%20pode%20proibir%20TikTok%3B%20e%20ntenda%20o%20que%20acontece%20agora,-Empresa%20dona%20do&text=O%20presidente%20Joe%20Biden%20assinou,da%20empresa%20nos%20Estados%20Unidos>. Acesso em: 26 abr. 2024.

FURNO, J. O Plano Biden não rompe com o neoliberalismo. **Brasil de Fato**, 5 mai. 2021. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2021/05/05/o-plano-biden-nao-rompe-com-o-neoliberalismo>. Acesso em: 7 set. 2023.

GALLOWAY, A. R. Protocol. **Theory, Culture and Society**, [s. l.], v. 22, n. 2-3, p. 317-320, 2006.

GETÚLIO Vargas: o político e o mito. Brasília: **Câmara dos Deputados**, 2014.

GIDDENS, A. **A terceira via: reflexões sobre o impasse político atual e o futuro da social-democracia**. Rio de Janeiro: Record, 1999.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GLOBO lamenta que funcionários tenham festejado vitória de Lula em redação. **O Povo**, 31 de out. 2022. Disponível em: <https://www.opovo.com.br/vidaarte/2022/10/31/globo-lamenta-que-funcionarios-tenham-festejado-vitoria-de-lula-em-redacao.html>. Acesso em: 6 set. 2023.

GOVERNO Biden mantém regra de Trump para expulsar imigrantes dos EUA. **Jovem Pan**, 3 ago. 2021. Disponível em: <https://jovempan.com.br/noticias/mundo/governo-biden-mantem-regra-de-trump-para-expulsar-imigrantes-dos-eua.html>. Acesso em: 7 set. 2023.

GOVERNO holandês pode acesso a dados do TikTok enquanto UE investiga big techs. **O Globo**, 9 jun. 2023. Disponível em: [https://oglobo.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2023/06/governo-holandes-pede-acesso-a-dados-do-tiktok-enquanto-ue-investiga-big-techs.ghtml?utm\\_source=Twitter&utm\\_medium=Social&utm\\_campaign=OGlobo](https://oglobo.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2023/06/governo-holandes-pede-acesso-a-dados-do-tiktok-enquanto-ue-investiga-big-techs.ghtml?utm_source=Twitter&utm_medium=Social&utm_campaign=OGlobo). Acesso em: 13 out. 2023.

GREEN, J. N. “Mais amor e mais tesão”: a construção de um movimento brasileiro de gays, lésbicas e travestis. **Cadernos Pagu**, Campinas, SP, n. 15, p. 271–295, 2000. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/cadpagu/article/view/8635596>. Acesso em: 10 set. 2024.

HAAS, G. Lei das Fake News | Quem é a favor e quem é contra ao PL 2630. **Terra**, 28 abr. 2023. Disponível em: [https://www.terra.com.br/byte/lei-das-fake-news-quem-e-a-favor-e-quem-e-contra-ao-pl-2630,000b36de233147787b7ad876080e01aanbsjmoq1.html?utm\\_source=clipboard](https://www.terra.com.br/byte/lei-das-fake-news-quem-e-a-favor-e-quem-e-contra-ao-pl-2630,000b36de233147787b7ad876080e01aanbsjmoq1.html?utm_source=clipboard). Acesso em: 25 abr. 2024.

HADDAD “bundão”? Petista fugiu da Jovem Pan – Boletim Coppola n. 120. **YouTube**, 18 ago. 2022. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=acDlm3y\\_GGg](https://www.youtube.com/watch?v=acDlm3y_GGg). Acesso em: 7 set. 2023.

HALL, S. **The Hard Road to Renewal: Thatcherism and the Crisis of the Left**. Londres, New York: Verso, 1988.

HAN, Byung-Chul. **Psicopolítica: o neoliberalismo e as novas técnicas de poder**. Tradução de Maurício Liesen. Belo Horizonte: Editora Ayiné, 2018.

HAN, Byung-Chul. **Sociedade da transparência**. Petrópolis-RJ: Vozes, 2017.

HELMOND, A. The platformization of the Web: Making Web data platform ready. **Social Media + Society**, 2015, v. 1, n. 2, p. 1–11.

HJARVARD, S. **A midiatização da cultura e da sociedade**. São Leopoldo: Unisinos, 2014.

HJARVARD, S. Midiatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. **MATRIZES**, [S. l.], v. 5, n. 2, p. 53-91, 2012. DOI: 10.11606/issn.1982-8160.v5i2p53-91. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matriz/es/article/view/38327>. Acesso em: 9 mai. 2023.

HOBBSAWM, E. A Revolução Francesa. In: HOBBSAWM, Eric. **A Era das Revoluções (cap. 3)**. São Paulo: Paz e Terra. 5ªed, 1986.

HOBBSAWM, E. **A era das revoluções**. São Paulo: Paz e terra, 2015.

HONÓRIO, G. Câmara de SP aprova em 1ª votação projeto que prevê multa de R\$ 17 mil a quem doar comida a moradores de rua; entenda. **G1**, 27 jun. 2024. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2024/06/27/camara-de-sp-avanca-com-projeto-que-pode-dar-multa-de-r-17-mil-a-quem-doar-comida-a-pessoas-em-situacao-de-rua-entenda.ghtml>. Acesso em 24 ago. 2024.

INTERESSE de jovens de 16 e 17 anos em participar das eleições volta a crescer. **TSE**, 19 mar. 2024. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2024/Marco/interesse-de-jovens-de-16-e-17-anos-em-participar-das-eleicoes-volta-a-crescer>. Acesso em: 20 abr. 2024.

KIM, A. B. 2024 Index of Economic Freedom. **Heritage Foundation**, 2024. Disponível em: <https://www.heritage.org/index/>. Acesso em: 23 mai. 2024.

KLEINA, N. TikTok: por que o app chinês é bloqueado dentro da China?. **Tecmundo**, 13 mar. 2024. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/redes-sociais/280823-tiktok-app-chines-nao-usado-dentro-china.htm#:~:text=Na%20China%2C%20entretanto%2C%20voc%C3%AA%20n%C3%A3o,antiga%20que%20a%20vers%C3%A3o%20internacional.&text=Essa%20plataforma%20se%20chama%20Douyin>. Acesso em: 5 abr. 2024.

LABORDE, A. Proud Boys, o grupo de ultradireita só de homens que Trump se negou a condenar. **El País**, Washington, 1 out. 2020. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/internacional/2020-10-01/proud-boys-o-grupo-de-ultradireita-so-de-homens-que-trump-se-negou-a-condenar.html>. Acesso em: 3 set. 2023.

LANDIM, R. Venezuela e Cuba ainda devem US\$ 529 milhões ao Brasil de empréstimos do BNDES. **CNN**, 23 jan. 2023. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/economia/venezuela-e-cuba-ainda-devem-us-529-milhoes-ao-brasil-de-emprestimos-do-bndes/>. Acesso em: 5 set. 2023.

LATAM demite funcionário que aparece em vídeo constrangendo mulheres na Rússia. **G1**, 20 jun. 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/latam-demite-funcionario-que-aparece-em-video-constrangendo-mulheres-na-russia.ghtml>. Acesso em: 2 nov. 2023.

LEMONS, A. Plataformas digitais: o que incentivar, o que limitar e o que vetar. In: PENTEADO, Cláudio; PELLEGRINI, Jerônimo; SILVEIRA, Sérgio Amadeu (Org.). **Plataformização, inteligência artificial e soberania de dados: tecnologia no Brasil 2020-2030**. Ação Coletiva, 2023.

LEMONS, L. Viral: artistas analisam produção de música para bombar no TikTok. **IG**, 3 jun. 2022. Disponível em: <https://gente.ig.com.br/cultura/2022-06-03/musicas-para-o-tik-tok-como-a-producao-de-musicas-se-voltou-para-o-aplicativo.html>. Acesso em: 5 fev. 2023.

LEÓN, L. Para Lira, ação das big techs barrou votação do PL das Fake News. **Agência Brasil**, 26 jun. 2023. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2023-06/para-lira-acao-das-big-techs-barrou-votacao-do-pl-das-fake-news>. Acesso em: 25 abr. 2024.

LIVE-COMMERCE, um mercado de US\$ 160 bi e muitas diferenças entre Brasil e China. **Forbes**, 21 ago. 2023. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-tech/2023/08/live-commerce-um-mercado-de-us-160-bi-e-muitas-diferencas-entre-brasil-e-china/>. Acesso em: 5 fev. 2024.

LOBO, T.; CARVALHO, D. Robôs e desinformação nas redes: o que já se sabe nas eleições 2019. **Nexo**, 30 set. 2018. Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/ensaio/2018/Rob%C3%B4s-e-desinforma%C3%A7%C3%A3o-nas-redes-o-que-j%C3%A1-se-sabe-nas-elei%C3%A7%C3%B5es-2018>. Acesso em: 7 set. 2023.

LOUBAK, A.L; ACHILLES, R. WhatsApp admite envio ilegal de mensagens em massa nas eleições 2018. **TechTudo**, 8 out. 2019. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2019/10/whatsapp-admite-envio-ilegal-de-mensagens-nas-eleicoes-2018.ghtml>. Acesso em: 7 set. 2023.

LUTA pelo direito ao aborto nos EUA não terminou, afirma Biden. **G1**, 22 jan. 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/mundo/noticia/2023/01/22/luta-pelo-direito-ao-aborto-nos-eua-nao-terminou-afirma-biden.ghtml>. Acesso em: 7 set. 2023.

MACEDO, N. D. **Iniciação à pesquisa bibliográfica**: guia do estudante para a fundamentação do trabalho de pesquisa. São Paulo, SP: Edições Loyola, 1994.

MACHADO, E. Metodologias de pesquisa em jornalismo: uma revisão histórica e perspectivas para a produção de manuais de orientação. Brasília, **Brazilian Journalism Research**, Vol. 6, N. 1, 2010.

MACHADO, J.; MISKOLCI, R. **Das jornadas de junho à cruzada moral**: o papel das redes sociais na polarização política brasileira. UFRJ, *Sociologia & Antropologia*, n. 9, vol. 3, set./dez., 2019, p. 945-970. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/sant/a/q8zszyJYW3Jf3DBFSzZJPBg/?lang=pt>. Acesso em: 28 de mai. de 2023.

MACHADO, M. Pentecostais, sexualidade e família no Congresso Nacional. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, v. 23, n. 47, p. 351-380, 2017.

MAGRI, D. A crueldade do governo Bolsonaro ao relembrar a ditadura militar. **Veja**, 19 abr. 2022. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/coluna/maquiavel/a-crueldade-do-governo-bolsonaro-ao-relembrar-a-ditadura-militar>. Acesso em 26 ago. 2023.

MAPEAMENTO de candidaturas de travestis, mulheres transexuais, homens trans e demais pessoas trans em 2020. **Antra**, 2020. Disponível em: <https://antrabrasil.files.wordpress.com/2020/11/lista-final-15nov2020-1.pdf>. Acesso em: 07 fev. 2021.

MARASCIULO, M. Por que Margaret Thatcher era chamada de Dama de Ferro?. **Galileu**, 13 out. 2021. Disponível em:

<https://revistagalileu.globo.com/Sociedade/Historia/noticia/2021/10/por-que-margaret-thatcher-era-chamada-de-dama-de-ferro.html>. Acesso em: 6 set. 2023.

MARQUES, V. TikTok começa a testar vídeos de 30 minutos para enfrentar YouTube.

**Gizmodo**, 26 jan. 2024. Disponível em: <https://gizmodo.uol.com.br/tiktok-comeca-a-testar-videos-de-30-minutos-para-enfrentar-youtube/>. Acesso em: 3 fev. 2024.

MARTÍNEZ, A. C.; MORILLA, P. D. **La comunicación política de la derecha radical en redes sociales. De Instagram a TikTok y Gab, la estrategia digital de Vox**. Revista de Comunicación Digital, 2021, n. 7, p. 67-89. Disponível em:

<https://roderic.uv.es/bitstream/handle/10550/79826/7960968.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 16 mar. 2024.

MARX, K.; ENGELS, F. **O manifesto do partido comunista**. São Paulo: Cortez, 1998.

MATOS, F. TikTok ultrapassa 1 bilhão de downloads e tem a maior receita em 2023.

**Metrópoles**, 10 jan. 2024. Disponível em: <https://www.metropoles.com/negocios/tiktok-ultrapassa-1-bilhao-de-downloads-e-tem-a-maior-receita-em-2023>. Acesso em: 13 jan. 2024.

MATTOS, M; BARBIÉRI, L. F. Ex-governador de SP, Geraldo Alckmin se filia ao PSB e abre caminho para chapa com Lula. **G1**, 23 mar. 2022. Disponível em:

<https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2022/noticia/2022/03/23/ex-governador-de-sp-geraldo-alckmin-filiacao-ao-psb.ghtml>. Acesso em: 6 set. 2023.

MATTOS, MA., JANOTTI JUNIOR, J., and JACKS, N., orgs. Mediação & midiatização [online]. Salvador: EDUFBA, 2012, pp. 79-105.

MOREIRA, S. V. Análise documental como método e como técnica. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, p. 269-279, 2005.

MOROZOV, E. **Big Tech: a ascensão dos dados e a morte da política**. São Paulo: Ubu, 2018. 189 p. ISBN 978-85-7126-012-2.

MOTA, F. A.; FORTE, J. P. S. A ascensão da extrema direita e os desafios ao estado democrático de direito no Brasil (2018-2022). **Revista de Ciências Sociais**, v. 54, n. 1, p. 259–287, 7 mar. 2023.

MOUFFE, C. Populismus ist notwendig. **The European**, 20 jan. 2014. Disponível em:

<https://www.theeuropean.de/chantal-mouffe--2/7812-chantal-mouffe-ueber-populismus-in-der-eu>. Acesso em: 5 set. 2023.

NIKOLAS Ferreira é o deputado mais votado do país com 1,47 milhão de votos. **Câmara dos Deputados**, 2 out. 2022. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/911272-nikolas-ferreira-e-o-deputado-mais-votado-do-pais-com-147-milhao-de-votos/>. Acesso: 19 abr. 2024.

NÓBREGA, L. 76% dos brasileiros tiveram contato com fake news política em 2022. **Desinformante**, 2 mar. 2023. Disponível em: <https://desinformante.com.br/brasileiros-fake-news-politica/>. Acesso em: 25 abr. 2024.

NUMBER of global social network user 2017-2027. **Statista**, 29 ago, 2023. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/#:~:text=In%202022%2C%20over%204.59%20billion,almost%20six%20billion%20in%202027>. Acesso em: 25 abr. 2024.

OBAMA anuncia redução do poder da agência de espionagem dos EUA. **G1**, São Paulo, 17 jan. 2014. Disponível em: <https://g1.globo.com/mundo/noticia/2014/01/obama-anuncia-reducao-do-poder-da-agencia-de-espionagem-dos-eua.html>. Acesso em: 27 ago. 2023.

ONU engrossa lista de denúncias de crimes contra humanidade na Venezuela. **Folha de S. Paulo**, 20 set. 2022. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mundo/2022/09/onu-engrossa-lista-de-denuncias-de-crimes-contra-humanidade-na-venezuela.shtml>. Acesso em: 4 set. 2023

ORGAZ, C. J. ‘TikTok foi feito para ser viciante’: o homem que investigou as entranhas do aplicativo. **BBC News Brasil**, 3 dez. 2020. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-55173900#:~:text=%22O%20que%20o%20torna%20t%C3%A3o,se%20voc%C3%AA%20gosta%20ou%20n%C3%A3o>. Acesso em: 5 fev. 2024.

PÁDUA, E. **Metodologia da pesquisa**: Abordagem teóricoprática. Campinas: Papirus, 1996.

PAXTON, R. O. **A anatomia do fascismo**. São Paulo: Paz e Terra, 2007.

PEDRA, C. **Acesso à cidadania por travestis e transexuais no Brasil**: um panorama da atuação do Estado no enfrentamento das exclusões. Dissertação (Mestrado em Administração Pública) – Escola de Governo Professor Paulo Neves de Carvalho, Fundação João Pinheiro, Belo Horizonte, 2018.

PEREIRA DE SÁ, S.; POLIVANOV, B. Auto-Reflexividade, Coerência Expressiva e Performance Como Categorias Para Análise dos Sites das Redes Sociais. **Revista Contemporânea**, LTFBA, v. 10, n. 3, 2012.

PEREIRA, M. Usuário do TikTok por idade, gênero e demografia (2024). **Definição Marketing**, 2 fev. 2024. Disponível em: <https://definicao.marketing/tiktok/estatisticas-tiktok/#criadores-mais-populares-de-tiktok>. Acesso em: 15 fev. 2024.

PERES, S. 29 milhões de brasileiros não tiveram acesso à internet em 2023. **Poder 360**, 16 nov. 2023. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/tecnologia/29-milhoes-de-brasileiros-nao-tiveram-acesso-a-internet-em-2023/#:~:text=Nos%20C3%BAltimos%203%20meses%2C%2029,36%20milh%C3%B5es%20n%C3%A3o%20tiveram%20acesso>. Acesso em: 18 nov. 2023.

PINHEIRO, M; CARONE, C. Professora que postou look especial para massacre diz que não quis gerar polêmica. **Metrópoles**, 20 abr. 2023. Disponível em:

<https://www.metropoles.com/distrito-federal/na-mira/professora-que-postou-look-especial-para-massacre-diz-que-nao-quis-gerar-polemica>. Acesso em: 2 nov. 2023.

POR QUE bolsonaristas e direita dos EUA se inspiram em Viktor Orbán, da Hungria. **BBC News Brasil**, 5 ago. 2022. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-62435752#:~:text=Analistas%20acreditam%20que%20Orb%C3%A1n%20busca,o%20presidente%20russo%2C%20Vladimir%20Putin>. Acesso em: 26 ago. 2023.

POSSA, J. TikTok é o app mais baixado do mundo pelo 3º ano consecutivo; veja a lista. **Gizmodo**, 17 fev. 2023. Disponível em: <https://gizmodo.uol.com.br/tiktok-app-mais-baixado-mundo/>. Acesso em: 7 jun. 2023.

PRAZERES, L. PT x PSDB: o fim de uma era?. **Uol**, 7 out. 2018. Disponível em: <https://www.uol/eleicoes/especiais/pt-psdb-eleicoes-2018-polarizacao-partido-ganha-perde.htm#raio-x>. Acesso em 6 set. 2023.

PROGRAMA de Recompensas do Criador. **TikTok**, 2024. Disponível em: [https://support.tiktok.com/pt\\_BR/business-and-creator/creator-rewards-program/creator-rewards-program](https://support.tiktok.com/pt_BR/business-and-creator/creator-rewards-program/creator-rewards-program). Acesso em: 10 mai. 2024.

RAYANNE, S. **Direita não me considera mulher?**. São Paulo, 2 mar. 2024. TikTok: @transdedireita.sp4. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@transdedireita.sp4/video/7341753649900621061>. Acesso em: 14 nov. 2024.

RAYANNE, S. **Muita homofobia em um vídeo só...** São Paulo, 28 mai. 2024. TikTok: @transdedireita.sp4. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@transdedireita.sp4/video/7374212572527987974>. Acesso em: 14 nov. 2024.

RAYANNE, S. **Os bolsonaristas já autorizaram você a usar o banheiro das meninas...** São Paulo, 24 mar. 2024. TikTok: @transdedireita.sp4. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@transdedireita.sp4/video/7350111298857815302>. Acesso em: 14 nov. 2024.

RAYANNE, S. **Queimadas no Brasil e cadê os artistas...** São Paulo, 13 set. 2024. TikTok: @transdedireita.sp4. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@transdedireita.sp4/video/7414265332723961093>. Acesso em: 14 nov. 2024.

RECUERO, R. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RICHTER, A. Liberação do X: confira a cronologia da suspensão da rede social. **Agência Brasil**, 9 out. 2024. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/justica/noticia/2024-10/liberacao-do-x-confira-cronologia-da-suspensao-da-rede-social>. Acesso em: 24 out. 2024.

ROCHA, C. **“Menos Marx, mais Mises”**: uma gênese da nova direita brasileira (2006-2018). 2018. Tese (Doutorado em Ciência Política), Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018.

ROSS, A. *Against the Fascist Creep*. Londres: **AK Press**, 2016.

ROSSI, M. Mulher espancada após boatos em rede social morre em Guarujá, SP. **G1**, 5 mai. 2014. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/santos-regiao/noticia/2014/05/mulher-espancada-apos-boatos-em-rede-social-morre-em-guaruja-sp.html>. Acesso em: 8 set. 2023.

ROTHBARD, M. **A Ética da Liberdade**. 2. ed. Tradução: Fernando Fiori Chiocca, Revisão Priscila Catão, Instituto Ludwig Von Mises Brasil, São Paulo: 2010.

SÁNCHEZ-VALLEJO, M. Sob comando de Elon Musk, Twitter atendeu a quase todos os pedidos de censura por parte de governos autoritários. **O Globo**, 23 mai. 2023. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/mundo/noticia/2023/05/sob-a-gestao-de-elon-musk-twitter-atendeu-a-quase-todos-os-pedidos-de-censura-por-parte-de-governos-autoritarios.ghtml>. Acesso em: 18 set. 2023.

SANTOS, F. Eleições 2024: Fortaleza é a primeira vitória do PT em capitais desde 2016. **G1**, 27 out. 2024. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2024/eleicao-em-numeros/noticia/2024/10/27/pt-nas-capitais.ghtml>. Acesso em: 31 out. 2024.

SANTOS, G. Diversidade sexual e política eleitoral: analisando as candidaturas de travestis e transexuais no Brasil contemporâneo. **Sexualidad, Salud y Sociedad**, Rio de Janeiro, n. 23, p. 58-96, 2016a.

SANTOS, G. Diversidade sexual, partidos políticos e eleições no Brasil contemporâneo. **Revista Brasileira de Ciência Política**, Brasília, n. 21, p. 147-186, 2016b.

SANTOS, S. “Vereadora do povo”: quem é Kátia Tapety, a primeira trans eleita do Brasil. **Terra**, 18 ago. 2023. Disponível em: <https://www.terra.com.br/nos/opiniao/antra/vereadora-do-povo-quem-e-katia-tapety-a-primeira-trans-eleita-do-brasil,ffd1f34600028c56dab6f80601b6587elsr02jcq.html>. Acesso em: 24 ago. 2024.

SCHREIBER, A. Fake News nas eleições. **Estadão**, 22 ago. 2028. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/politica/blog-do-fausto-macedo/fake-news-nas-eleicoes/>. Acesso em: 14 mai. 2024.

SERRANO, J. C. et al. **Dancing to the Partisan Beat: A first analysis of political communication on TikTok**. In Southampton '20: 12th ACM Conference on Web Science, July 07–10, 2020, Southampton, UK. Disponível em: <https://arxiv.org/pdf/2004.05478.pdf>. Acesso em: 3 mar. 2024.

SHEPARDSON, D. Montana é o primeiro estado dos EUA a banir o TikTok. **CNN**, 17 mai. 2023. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/internacional/montana-e-o-primeiro-estado-dos-eua-a-banir-o-tiktok/>. Acesso em: 13 out. 2023.

SHEPARDSON, D. TikTok sues Montana after state bans app. **Reuters**, 23 mai. 2023. Disponível em: <https://www.reuters.com/legal/tiktok-sues-montana-after-state-passes-law-banning-app-2023-05-22/>. Acesso em: 13 out. 2023.

SIBILIA, P. Autenticidade e performance: a construção de si como personagem visível. **Revista Fronteiras - estudos midiáticos**, v. 17, n. 3, 2015.

SIBILIA, P. **O show do eu: a intimidade como espetáculo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

SILVA, R. Vídeo: “Trans de Direita” anuncia ser pré-candidata a vereadora. **BNews**, 1 abr. 2024. Disponível em: <https://www.bnews.com.br/noticias/politica/video-trans-de-direita-anuncia-ser-pre-candidata-a-vereadora.html>. Acesso em: 25 abr. 2024.

SILVA, T. T. Imagens da Primavera Árabe: estética, política e mídias digitais. **Galáxia** (São Paulo, Online), n. 23, p. 35-47, jun. 2012.

SILVA, W. A.; MORAES, R. A. Direita e esquerda no pensamento de Norberto Bobbio. **Agenda Política**, São Carlos, v. 7, n. 1, p. 168-192, 2019. Disponível em: <https://www.agendapolitica.ufscar.br/index.php/agendapolitica/article/view/239>. Acesso em: 20 ago. 2023.

SMITH, A. **Riqueza das Nações: Uma Investigação Sobre Suas Naturezas e Suas Causas**, São Paulo: Editora Nova Cultural Ltda. Coleção os Economistas, v. 1, 1996.

SÓ ‘foto de agora’: rede social que proíbe filtros cresce 325% só em 2022. **Uol**, 12 abr. 2022. Disponível em: <https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2022/04/12/so-fotos-de-agora-conheca-bereal-app-que-esta-conquistando-a-geracao-z.htm>. Acesso em: 9 set. 2023.

SOARES, I. Bolsonaro sobre “sequestro” da bandeira do Brasil: esquerda está com “ciúmes”. **Correio Braziliense**, 8 set. 2022. Disponível em: <https://www.correio braziliense.com.br/politica/2022/09/5035523-bolsonaro-sobre-sequestro-da-bandeira-do-brasil-esquerda-esta-com-ciumes.html>. Acesso em: 26 ago. 2023.

SPADONI, P. TikTok entra para clube dos 10 bilhões de dólares. **Olhar Digital**, 15 dez. 2023. Disponível em: <https://olhardigital.com.br/2023/12/15/internet-e-redes-sociais/tiktok-entra-para-clube-dos-10-bilhoes-de-dolares/>. Acesso em: 15 jan. 2024.

SRNICEK, N. **Platform Capitalism**. 1. ed. Cambridge, EUA: Polity Press, 2017. 120 p.

STROMBACK, J. Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics. **The International Journal of Press/Politics**, V. 13, N. 3, jul. 2008, p.228-246.

TECCHIO, M. Shoshana Zuboff: “Big techs estão matando a inovação. E estão só no começo”. **Pipeline**, 15 mar. 2023. Disponível em: <https://pipelinevalor.globo.com/mercado/noticia/shoshana-zuboff-big-techs-estao-matando-a-inovacao-e-estao-so-no-comeco.ghtml>. Acesso em: 2 nov. 2023.

TIKTOK atinge a marca de 1 bilhão de usuários ativos por mês. **G1**, 27 set. 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2021/09/27/tiktok-atinge-a-marca-de-1-bilhao-de-usuarios-ativos-por-mes.ghtml>. Acesso em: 7 jun. 2023.

TIKTOK processa Montana, nos EUA, após lei estadual que proíbe aplicativo. **G1**, 22 mai. 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2023/05/22/tiktok-processa-montana-nos-eua-apos-lei-estadual-que-proibe-aplicativo.ghtml>. Acesso em: 13 out. 2023.

TIKTOK Revenue and Usage Statistics (2024). **Business of Apps**, 18 abr. 2024. Disponível em: <https://www.businessofapps.com/data/tik-tok-statistics/>. Acesso em: 20 abr. 2024.

TIKTOK ultrapassa Facebook e Instagram e é o segundo aplicativo mais baixado. **Estadão**, 17 jan. 2020. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/link/empresas/tiktok-ultrapassa-facebook-e-instagram-e-e-o-segundo-aplicativo-mais-baixado/>. Acesso em: 7 jun. 2023.

TRANS assassinada no Ceará é a mais jovem morta por transfobia no país, aponta relatório da Antra. **G1**, 7 jul. 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/ce/ceara/noticia/2021/07/07/trans-assassinada-no-ceara-e-a-mais-jovem-morta-por-transfobia-no-pais-aponta-relatorio-da-antra.ghtml>. Acesso em: 24 ago. 2024.

TRIPOLI, M. Brasil é o segundo país do mundo em live-commerce, atrás apenas da China. **CNN**, 16 nov. 2023. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/economia/brasil-e-o-segundo-pais-do-mundo-em-live-commerce-atras-apenas-da-china/>. Acesso em: 5 abr. 2024.

TURBIANI, R. BeReal supera 53 milhões de instalações, mas apenas 9 dos usuários o acessam diariamente. **Época Negócios**, 11 out. 2022. Disponível em: <https://epocanegocios.globo.com/Empresa/noticia/2022/10/bereal-supera-53-milhoes-de-instalacoes-mas-apenas-9-dos-usuarios-o-acessam-diariamente.html>. Acesso em: 9 set. 2023.

VENAGLIA, G. Trump acena a eleitores negros, mas critica movimento Black Lives Matter. **CNN**, São Paulo, 23 out. 2020. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/internacional/trump-acena-a-eleitores-negros-mas-critica-movimento-black-lives-matter/>. Acesso em: 28 ago. 2023.

VERÓN, E. **Esquema para el análisis de La mediatización**. Diálogos, Lima, n. 48, 1997.

VICENZO, G. PL das Fake News: Google alterou resultados de suas buscas? Entenda projeto. **UOL**, 4 mai. 2023. Disponível em: <https://www.uol.com.br/ecoa/ultimas-noticias/2023/05/04/pl-das-fake-news-limita-liberdade-de-expressao-entenda-como-funciona.htm>. Acesso em: 25 abr. 2024.

VIGGIANO, G. Quem foi Joseph Goebbels, ministro da propaganda nazista de Adolf Hitler. **Galileu**, 17 jan. 2020. Disponível em: <https://revistagalileu.globo.com/Sociedade/Historia/noticia/2020/01/quem-foi-joseph-goebbels-ministro-da-propaganda-nazista-de-adolf-hitler.html>. Acesso em: 5 set. 2023.

WOLTON, D. **É preciso salvar a comunicação**. São Paulo: Paulus, 2006.

YANAKIEW, M. Cuba elege 1º presidente após 60 anos de governo dos irmãos Castro. **Agência Brasil**, 2018. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/internacional/noticia/2018-04/cuba-elege-1o-presidente-apos-60-anos-de-governo-dos-irmaos-castro#:~:text=A%20elei%C3%A7%C3%A3o%20representa%20o%20fim,acordo%20com%20a%20Constitui%C3%A7%C3%A3o%20cubana>. Acesso em: 26 ago. 2023.

ZUBOFF, S. Big Other: capitalismo de vigilância e perspectivas para uma civilização de informação. In: ZUBOFF, S; BRUNO, F; CARDOSO, B; KANASHIRO, M; GUILHON, L;

MELGAÇO, L (Orgs.). **Tecnopolíticas da vigilância:** perspectivas da margem. São Paulo: Boitempo Editorial, 2018. p. 17-68.