



Entre dancinhas e gritos por intervenção militar: análise da circulação e do engajamento em conteúdos com discursos antidemocráticos no *TikTok*

Between dances and screams for military intervention: analysis of circulation and engagement in contents with anti-democratic speeches on *TikTok*

Viktor Chagas 

Universidade Federal Fluminense (UFF), Departamento de Estudos Culturais e Mídia.
Niterói, RJ, Brasil.

Luiza de Mello Stefano 

Universidade Federal Fluminense, Programa de Pós-Graduação em Comunicação.
Niterói, RJ, Brasil.

Correspondência para/Correspondence to
Viktor Chagas - viktor@midia.uff.br

PERIÓDICO / JOURNAL

ISSN 1808-3536

 @liinc-emrevista

 <https://revista.ibict.br/liinc/index>

Editores / Editors

Marco Schneider - Gustavo Saldanha

Fábio Gouveia - Priscila Sena

FLUXO EDITORIAL / EDITORIAL PROCESS

Editores do Artigo / Article Editors

Marco Schneider - Gustavo Saldanha

Fábio Gouveia - Priscila Sena

Cronologia / Timeline

Recebido / Received: 13/08/2025

Aprovado / Approved: 28/12/2025

Publicado / Published: 20/01/2026

CHAGAS, Viktor; STEFANO, Luiza de Mello. Entre dancinhas e gritos por intervenção militar: análise da circulação e do engajamento em conteúdos com discursos antidemocráticos no *TikTok*. In: *Liinc em Revista*, v. 21, n. 02, e7704. Disponível em: <https://revista.ibict.br/liinc/article/view/7704>. Acesso em: 27 jan. 2026.



Atribuição 4.0 Internacional
Attribution 4.0 International

¹ A Liinc em Revista teve o apoio da **FAPERJ** para a publicação deste artigo.

RESUMO: O artigo analisa um corpus de mais de 46 mil publicações no *TikTok* vinculadas a hashtags de apoio ao ex-presidente Jair Bolsonaro e às suas principais agendas, com o objetivo de examinar a circulação de conteúdos relacionados a manifestações antidemocráticas na plataforma. Parte-se da hipótese de que a presença de conteúdos que incitam atos antidemocráticos tende a se intensificar em momentos particularmente sensíveis para o bolsonarismo. Os achados sugerem que, embora esse tipo de conteúdo raramente seja removido, ele é afetado por práticas de *shadowbanning* adotadas pela moderação da plataforma. Por outro lado, o *TikTok* parece privilegiar conteúdos de tom humorístico, o que pode contribuir para a difusão de discursos extremistas disfarçados de humor aparentemente inofensivo.

Palavras-chave: discursos antidemocráticos; extremas-direitas digitais; tiktok.

ABSTRACT: The article examines a dataset of more than 46,000 TikTok posts associated with hashtags supporting former president Jair Bolsonaro and his main political agendas, aiming to analyze how content related to anti-democratic mobilizations circulates on the platform. It advances the hypothesis that content inciting anti-democratic actions tends to increase during moments of heightened political tension for Bolsonaro's movement. The findings indicate that, although such content is rarely removed from the platform, it is subject to shadowbanning practices by TikTok's moderation system. Conversely, the platform appears to privilege humorous content, which may facilitate the spread of extremist discourses disguised as seemingly innocuous jokes.

Keywords: anti-democratic speeches; digital far-rights; tiktok.

INTRODUÇÃO

Em 8 de janeiro de 2023, manifestantes apoiadores do ex-presidente Jair Bolsonaro inconformados com os resultados das eleições presidenciais invadiram o Congresso Nacional, o Palácio do Planalto e o Supremo Tribunal Federal (STF). O grupo depreciou os locais enquanto entoava palavras de ordem golpista que não somente ecoaram pelos corredores dos prédios dos Três Poderes, como também ganharam visibilidade nas plataformas digitais. Entre outros expedientes, os vídeos curtos, em primeira pessoa, e com a exibição em *close-up* de alguns manifestantes, ganharam enorme repercussão. Empregados inicialmente como um repertório bolsonarista, eles também ajudaram os investigadores a identificarem os responsáveis. O *TikTok* foi uma das plataformas em que esses conteúdos ganharam maior destaque.

Nos últimos anos, o aplicativo chinês se transformou em uma arena fecunda para mobilização e formação ideológica e política (Castro, 2020). Este estudo dá seguimento a publicações anteriores que constatarem a maior presença e eficiência de atores políticos de direita no *TikTok* (Chagas; Stefano, 2023), e joga luz sobre a atuação não apenas dos políticos, mas de apoiadores da extrema direita que produzem conteúdo para a plataforma.

O artigo parte de um conjunto de mais de 46 mil publicações no *TikTok* associadas a *hashtags* de apoio a Bolsonaro e suas principais agendas, e propõe um olhar específico sobre conteúdos que incorporam vocabulários como "intervenção militar", "SOS Forças Armadas" e "STF vergonha nacional" em suas descrições. Pretende-se observar como conteúdos associados a manifestações antidemocráticas repercutem no *TikTok*, no que respeita às métricas de circulação e engajamento da plataforma¹. A hipótese central do estudo sugere que o contingente de conteúdos com incitação a atos antidemocráticos costuma aumentar em momentos críticos para o bolsonarismo.

Os dados foram coletados 48h após o episódio de depredação ao prédio dos Três Poderes e tomaram como base cerca de 80 *hashtags* identificadas como os marcadores mais presentes em postagens de apoiadores da extrema direita em âmbito nacional. Os resultados sugerem que conteúdos de viés antidemocrático, embora raramente removidos do ar, sofrem alguma espécie de *shadowbanning* da moderação da plataforma. Em contrapartida, o *TikTok* parece valorizar conteúdos associados a um tom cômico, o que pode favorecer a disseminação de discursos extremistas, camuflados como piadas.

A literatura sobre o uso político do *TikTok* é crescente, como veremos ao discutir a maneira como a plataforma se colocou rapidamente no centro do debate político brasileiro. Se por um lado o *TikTok* contribuiu para ampliar o debate e engajar jovens em pautas sociais (Abidin; Lee, 2022), por outro,

¹ Ao longo do estudo, os conteúdos associados a manifestações antidemocráticas são, por vezes, referidos metonimicamente como conteúdos com viés antidemocrático ou conteúdos que incorporam discursos antidemocráticos. Em todos esses casos, cumpre ressaltar que a literatura não é consensual sobre o significado de uma prática antidemocrática ou os contornos de um discurso antidemocrático. Há autores (Ituassu *et al.*, 2024) que optam pela chave da radicalização política, tal como delineada por Mudde (2019), enquanto outros desenvolvem tipologias acerca de formas discursivas que oscilam entre discursos incívicos, discursos perigosos, até o nível mais extremado do discurso de ódio (Dourado *et al.*, 2024). Udupa (2023) opta por tratar de discurso extremo ou extremista, para escapar a esta contendo. No escopo deste artigo, porém, o entendimento é, porém, mais simples, de que os conteúdos associados a manifestações antidemocráticas, por aproximação, podem ser lidos como conteúdos de viés antidemocrático. Assim, o que define o caráter discursivo é sua associação a um repertório contencioso específico, que diz respeito aos atos golpistas de 8 de janeiro, cujo propósito, em última instância, como se comprovou em julgamento conduzido no Supremo Tribunal Federal, era abolir violentamente o Estado democrático de Direito.

tem se configurado como uma mídia social que facilita a disseminação de *fake news* (Alonso-López *et al.* 2021) e discursos antidemocráticos. Embora os gestores da plataforma tenham envidado esforços no sentido de construir parcerias com instituições e órgãos públicos fiscalizadores, e responder aos riscos da circulação de discursos perigosos, há poucos estudos concernidos com os efeitos e a avaliação do engajamento em conteúdos que incorporam posições antidemocráticas no *TikTok*, como, por exemplo, ataques a instituições, partidos, atores políticos ou a grupos minorizados, ou mesmo discursos de deslegitimação do sistema democrático de forma mais ampla.

Para suprir esta lacuna, este artigo discute (1) o *TikTok* como uma plataforma que vem assumindo um papel fundamental dentro da cena política mundial e, especialmente, brasileira; (2) a propagação de discursos antidemocráticos e o impacto das *affordances* do *TikTok* em estimular tais enunciados e (3) o modelo de ativismo político instaurado pela base bolsonarista. Em seguida, é apresentada a metodologia empregada no estudo, e feita a discussão de seus principais achados.

UMA LEITURA POLÍTICA SOBRE A PLATAFORMA DAS DANCINHAS

O *TikTok* é uma plataforma chinesa criada em 2016 com foco em vídeos curtos. Muito popular entre os jovens, levantamento feito em 2021 indicou que cerca de 35% dos usuários têm entre 18 e 24 anos². Os vídeos são gravados majoritariamente na vertical e recebem efeitos e filtros disponibilizados na própria plataforma. Os usuários podem ainda inserir trilhas sonoras, fazer dublagens e reagir a outro conteúdo. Esses recursos técnicos particulares do *TikTok* fizeram surgir as *trends* – formatos específicos que ficam em alta durante um período e geralmente recebem mais visualizações.

Em pouco tempo, o *TikTok* cresceu exponencialmente em quantidade de usuários, e hoje possui uma base que supera 1 bilhão de contas ativas, e abriga 14% da população mundial, concorrendo diretamente com as plataformas do conglomerado Meta³. A fama não só gerou ainda mais adeptos, como também atraiu inúmeras polêmicas. Sob acusações de que o governo chinês estivesse utilizando o *TikTok* como ferramenta de promoção de suas próprias agendas (Chen; Kaye; Zeng, 2021) e espionagem (Shepardson, 2022), o aplicativo sofreu censura pelo governo dos Estados Unidos e foi totalmente banido na Índia. Esse esforço em tirar do ar a plataforma, além de refletir as tensões geopolíticas entre os países (Tidy, 2020), também revela um claro indicio da influência social e política do *TikTok* (Vijay; Gekker, 2021). O discurso de que a plataforma é apática em termos de formação ideológica tem se revertido nos últimos anos e revelado uma comunidade formada por um público altamente engajado politicamente (Kennedy, 2020) e que produz e reproduz conteúdos tidos como despolitizados (Chagas; Stefano, 2023), mas que carregam um forte teor persuasivo e mobilizatório.

Pelo mundo, a plataforma tem atraído partidos e parlamentares (Cervi; Marín-Lladó, 2021; Suárez-Tomalá; Cochea-Panchana, 2022) e movimentado as campanhas eleitorais (Fernandez, 2022). Em busca de abrir um novo canal de comunicação com seus eleitores e atingir novos públicos, figuras políticas aceitaram o desafio de criar um conteúdo que se afine com a gramática do *TikTok* para se

² Disponível em: <https://www.businessofapps.com/data/tik-tok-statistics/>. Acesso em: 12 abr. 2023.

³ Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-money/2021/09/tiktok-atinge-marca-de-1-bilhao-de-usuarios-ativos-mensais/>. Acesso em: 9 jan. 2026.

destacarem. Embora tenha ocorrido um grande avanço nos últimos anos, há formas de otimizar os conteúdos políticos na plataforma que ainda se ancoram em trechos recortados de outros materiais audiovisuais (Kleina, 2020) e postagens replicadas de outras plataformas digitais (Fernandez, 2022).

No Brasil, as expectativas sobre o *TikTok* se elevaram em razão da repercussão que a plataforma ganhou após as eleições norte-americanas em 2020 (Jennings, 2020). Nas eleições municipais brasileiras do mesmo ano, um movimento se iniciou com candidatos criando suas contas na plataforma para atingir eleitores da Geração Z.

Se em 2020 as estratégias ainda estavam no campo da experimentação, em 2022, nas eleições presidenciais, o *TikTok* se consolidou como canal de discussão política e virou foco dos candidatos. Embora muitos políticos que criaram seus perfis não se mantiveram ativos ou continuaram postando de maneira mais esporádica (uma prática desvalorizada pelo algoritmo da plataforma), aqueles que permaneceram empenhados viram sua base de seguidores e principais métricas de engajamento subirem. O que se observou de um ciclo para o outro foi uma maior afinidade com as *affordances* e o sistema de recomendação da plataforma, fazendo com que políticos brasileiros não só desenvolvessem conteúdos exclusivamente pensados para a dinâmica da plataforma como também, cada vez mais, se apropriarem dos recursos e formatos típicos.

Foi o que fizeram os dois principais candidatos à presidência. Jair Bolsonaro entrou no *TikTok* em outubro de 2021, e conseguiu concentrar uma base fiel e organizada de seguidores. Concentrava sua produção em cortes de discursos e *lives* semanais, além de reproduzir conversas com apoiadores. Também compartilhava trechos de discursos, usava memes e participava de *trends*. Alguns vídeos mais visualizados também tinham falas incisivas e até em tom de deboche, o que gerava polêmica e também engajamento. Já o presidente eleito, Luiz Inácio Lula da Silva, criou sua conta no decorrer da campanha em junho de 2022. Pela entrada tardia, Lula demorou para igualar o seu nível de engajamento aos de seus adversários políticos. Por outro lado, o petista se mostrou mais empenhado em se adaptar à linguagem da rede. Além de pautar suas principais propostas de governo, Lula também utilizava memes, participava de *trends* e mantinha uma linguagem lúdica e descontraída.

Embora haja uma comunidade ativista, de caráter progressista, dinâmica e influente no *TikTok*, há também uma parcela significativa de usuários e influenciadores do campo conservador que alimentam e propagam o discurso da extrema direita. Um levantamento realizado entre outubro de 2018 e março de 2022 indicou que o Partido dos Trabalhadores foi aquele com maior número de políticos com contas (16,3% da amostra). Porém, quando cotejados os dados sob o espectro ideológico, chegou-se a um conjunto de 61,5% de políticos de direita, 34,9% de esquerda e 3,6% de centro (Chagas; Stefano, 2023). O mesmo estudo sustenta que os principais produtores de conteúdo são políticos que ocupam partidos da base de apoio a Bolsonaro.

Esse domínio da direita, e particularmente da extrema direita, na plataforma, em termos de quantidade de publicações e visibilidade de seus conteúdos está relacionado à existência de um líder que orienta e articula as principais pautas e posicionamentos, estimula ações coordenadas, além de favorecer a articulação de outras redes de influenciadores extremistas.

Além disso, o sistema de recomendação do *TikTok* se baseia em um algoritmo que expõe ao usuário conteúdos que se alinham a seus interesses e hábitos de navegação. Diferentemente de outras

plataformas que possuem o “feed” onde as publicações dos seguidores da conta podem ser vistas; no *TikTok*, a experiência de navegação é orientada por uma lógica de “descoberta incidental” em que o conteúdo é dinamicamente selecionado por meio de um mecanismo curatorial automatizado. Na aba “For You”, conteúdos de contas não conectadas entre si são recomendados ao usuário. Isso quer dizer que, mesmo que determinado usuário não siga o perfil de Bolsonaro, por exemplo, eventualmente um conteúdo publicado pela conta do ex-presidente pode surgir para este usuário, caso a plataforma identifique que o vídeo se afina com sua experiência de consumo.

Por isso, para que um conteúdo alcance grande engajamento na plataforma, é necessário que ele passe por esse sistema e seja recomendado a outros usuários. Esses vídeos sistematicamente desfrutam de altos níveis de engajamento e, para alcançar tal patamar, os usuários precisam incorporar gêneros discursivos e repertórios de linguagem que dialoguem com as expectativas das audiências e estimulem o sistema de recomendação do *TikTok* a conferir maior exposição ao conteúdo. Quando essa conta fecha, acontece a tão almejada viralização do vídeo.

Em pesquisas anteriores, diagnosticamos a influência da chamada exposição inadvertida em conteúdos de políticos de direita no *TikTok*. Dentro das principais métricas da plataforma, as visualizações e curtidas são as que mais dependem da exposição inadvertida que os conteúdos ganham com base no sistema de recomendações da plataforma. São nessas duas métricas, os níveis de interação mais básicos, que os políticos brasileiros que orbitam em torno da base de apoio ao ex-presidente Bolsonaro no *TikTok* tendem a melhor performar (Chagas; Stefano, 2023).

MODERAÇÃO E DISCURSOS ANTIDEMOCRÁTICOS NO TIKTOK

Em 2020, usuários do *TikTok* se articularam para *trollar* um dos eventos de campanha do então candidato à presidência Donald Trump. Eles se inscreveram no comício sem a intenção de ir, inflando a expectativa para o evento. Este episódio evidencia a efetividade das ações coletivas dentro da plataforma. Mesmo que aparentemente o impacto desse ato tenha sido pequeno, ele chama a atenção para um certo tipo de ativismo encabeçado por públicos altamente engajados (Kennedy, 2020).

Ronsini *et al.* (2015, p. 224) denominaram de ativismo fã o fenômeno que consiste na atuação articulada dos membros de determinado *fandom* “em torno de uma ou mais causas em comum”. Essa prática interacional se potencializa nas redes sociais e tem o intuito de fazer prevalecer as preferências, valores e opiniões do grupo.

No caso do *TikTok*, o ativismo pode ser descrito como um “patriotismo lúdico” (Chen; Kaye; Zeng, 2021) que “memefica” a política (Zeng; Abidin, 2021) e a insere num contexto em que prevalece o humor e recursos lúdicos. Vijay e Gekker (2021) defendem o lúdico como um modo de participação política enquanto Abbas *et al.* (2022) sustentam que os vídeos publicados no *TikTok* podem impulsionar e moldar a opinião de jovens sobre tópicos sociais e políticos.

Essa forma de ativismo no *TikTok* ocorre principalmente através de *hashtags*, em que os usuários conseguem agrupar assuntos em comum, chamar à ação, e, por fim, repercutir os resultados de suas manifestações. Foi o que aconteceu no episódio do 8 de Janeiro.

Outra particularidade que contribui para as ações coletivas é o incentivo à imitação e replicação (Zulli; Zulli, 2020). O caráter viral que determinados conteúdos adquirem, principalmente aqueles que exibem *trends*, *challenges*, duetos, funciona como um tipo de desafio paródico ou memético (Gerbaudo, 2015) ou uma estrutura lúdica virtual (Bresnick, 2019). O potencial de viralização dos conteúdos da plataforma abre margem para a disseminação de *fake 7oli* e ataques ao sistema democrático. Alonso-López *et al.* (2021) alertam para esse cenário e afirmam que o *TikTok* pode se constituir como um veículo para ataques a adversários políticos e desinformação.

Nas eleições presidenciais brasileiras de 2022, essa discussão foi intensamente travada pela mídia. O *TikTok* foi uma das empresas que firmaram parceria com o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) e agências de checagem para elaborar ações contra a desinformação e conteúdos antidemocráticos no período eleitoral⁴. Porém, há *hashtags* que explicitavam risco à integridade democrática com conteúdos ofensivos ao processo eleitoral, ao STF e ao TSE, assim como seus magistrados, receberam milhares de visualizações na plataforma. Expressões como *#stfvergonhanacional*, *#votoimpresso*, *#forastf* e *#foralaexandredemoraes* eram rotineiramente usadas por eleitores da extrema direita.

Segundo a plataforma, cerca de 4,8 milhões de vídeos foram removidos do aplicativo entre o segundo trimestre de 2020 e o primeiro trimestre de 2022. Porém, estima-se que outros milhares receberam sanções ao seu alcance e circulação, prática que se tornou conhecida como *shadowbanning*. Determinadas *hashtags* e conteúdos acabam sendo identificados pela plataforma como sensíveis e são então restringidos, sem que o usuário sequer saiba. Em vez de excluir os vídeos alegando violação do sistema de uso, eles são marcados como “visíveis para si” ou “privados”, o que deixa o conteúdo no ar, mas limita consideravelmente sua distribuição e visibilidade. Essa prática não deixa claro para o usuário as razões pelas quais seu conteúdo recebeu pouco engajamento, se por se caracterizar como um tema sensível para as políticas da plataforma, ou por simplesmente não ter sido considerado atraente o suficiente pelas audiências.

Medida comum no Instagram, há uma série de repertórios desenvolvidos precisamente para lidar com esse tipo de moderação. Entre eles, aquele em que os usuários substituem palavras-chave e expressões com maior probabilidade de sofrerem *shadowbanning* para evitar que suas publicações sejam restringidas. No *TikTok*, o assunto começou a ganhar notoriedade em 2019, após o jornal *The Guardian*⁵ divulgar documentos vazados sobre as diretrizes da plataforma que instruíam seus moderadores a censurar tópicos considerados “politicamente sensíveis”, como vídeos que mencionavam os protestos de Hong Kong, a independência tibetana ou o grupo religioso banido Falun Gong, temas LGBTQIA+, ou mesmo conteúdos pró-Donald Trump. Fora da lista está Xi Jinping, o presidente chinês, o que evidencia que os temas que sofrem *shadowbanning* buscam promover objetivos da política externa chinesa no exterior (Hern, 2019).

No Brasil, há indícios de que essa prática esteja sendo feita em conteúdos antidemocráticos e/ou que disseminam *fake 7oli*. Nas manifestações de 8 de janeiro, por exemplo, o *TikTok* removeu mais de

⁴ Disponível em: <https://www.tse-jus.br/comunicacao/noticias/2022/Fevereiro/eleicoes-2022-tse-e-tiktok-firmam-parceria-para-combate-a-desinformacao>. Acesso em: 9 jan. 2026.

⁵ Disponível em: <https://www.theguardian.com/technology/2019/sep/25/revealed-how-tiktok-censors-videos-that-do-not-please-beijing>. Acesso em: 14 abr. 2023.

dez mil vídeos que continham discurso com incitação à violência e ao terrorismo e outras centenas de *hashtags* foram classificadas como conteúdo sensível (Lima, 2023). Apesar disso, ainda há pouca dimensão sobre a eficácia desse tipo de política de moderação, considerando que discursos antidemocráticos e violentos continuam sendo propagados livremente na plataforma. Nesse sentido, uma análise comparativa entre conteúdos que pregam ruptura com o sistema democrático e aqueles que trazem uma abordagem política convencional pode ajudar a clarear essas questões.

METODOLOGIA

O presente estudo está ancorado em uma perspectiva metodológica afeita aos Métodos Digitais (Rogers, 2013) conjugada a uma abordagem estatística tomada a partir de uma análise de conteúdo categorial (Sampaio; Lycarião, 2021) cruzada com as métricas de engajamento e circulação providas pelo *TikTok* a respeito de seus conteúdos. A investigação parte de um conjunto de mais de 46 mil publicações no *TikTok* associadas a *hashtags* de apoio ao ex-presidente Jair Bolsonaro e suas principais agendas. Cerca de 80 *hashtags*, levantadas a partir de uma lista inicial de 20 sementes, foram identificadas como os marcadores mais presentes em publicações de apoiadores de Bolsonaro em âmbito nacional. O procedimento foi realizado a partir de buscas abertas e iniciais por conteúdos associados a *hashtags* como #bolsonaro2023, #bolsonaropresidente, #foralula. Um conjunto de 20 *hashtags* foi composto a partir de observações de caráter qualitativo dos pesquisadores. A fim de sistematizar esse corpus de modo mais objetivo, procedeu-se então a uma bola-de-neve, ampliando-se a amostra para 80 *hashtags*, a partir daquelas que coocorriam junto às primeiras.

Os conteúdos foram publicados por aproximadamente 18 mil diferentes usuários, o que confere uma média de 2,5 publicações por usuário. Os dados foram coletados 48h após o episódio de depredação ao Palácio do Planalto e aos prédios do Congresso Nacional e do Supremo Tribunal Federal, em 8 de janeiro de 2023. Algumas das *hashtags* monitoradas apresentaram publicações a elas associadas desde o primeiro semestre do governo Bolsonaro. O recorte temporal para este primeiro conjunto de dados, portanto, se refere ao período entre 19 de junho de 2019 e 10 de janeiro de 2023.

Todos os conteúdos foram raspados do *TikTok* por meio da aplicação *Zeeschuimer*, desenvolvida pelo laboratório *Digital Methods Initiative* (DMI) da Universidade de Amsterdam. E, em seguida, os dados foram processados com auxílio de linguagem R.

A análise procurou observar quais os períodos em que se publicam mais conteúdos associados a *hashtags* de apoio a Bolsonaro, qual o perfil de participação desses mesmos usuários, e qual o engajamento nos conteúdos publicados por eles. Essas questões permitem acessar e testar quatro hipóteses.

A primeira delas diz respeito à frequência de publicações ao longo do tempo. Acredita-se que o contingente de conteúdos publicados em apoio ao governo Bolsonaro costuma aumentar em momentos críticos para o bolsonarismo. Além disso, conteúdos associados diretamente a palavras-chave empregadas como mote pela extrema direita brasileira, como “intervenção militar”, “SOS Forças Armadas” e “STF vergonha nacional”, entre outras, igualmente aumentariam, denotando que

(H1) Bolsonaristas produzem conteúdo como resposta a períodos de tensão política.

Em seguida, para fins de simplificação, apenas os vídeos publicados entre 8 e 9 de janeiro foram considerados para a análise que procura observar diferenças entre o modo como a plataforma interage com os usuários e modera seus conteúdos e o modo como os usuários empregam repertórios táticos de ação para escapar a mecanismos de controle da própria plataforma. Embora, como se nota a seguir, o 8 de Janeiro não configure o momento de maior tráfego de informação observado, ele é, sem dúvida, um episódio ímpar no que respeita à maneira como bolsonaristas se relacionam com o ambiente digital. Um efeito mais imediato disso é o debate que se procurou travar, desde então, e com grande intensidade, a respeito de propostas de regulação das plataformas digitais e sanção a conteúdos que veiculam desinformação e discurso de ódio (Nóbrega, 2023).

Dos conteúdos coletados inicialmente, um total de 607 publicações correspondiam ao recorte temporal estabelecido, das quais 197 encontravam-se indisponíveis no momento da análise, o que leva a crer que elas foram deletadas pelo usuário ou, mais provavelmente, sofreram banimento pela plataforma por violação de suas diretrizes. Os 410 conteúdos restantes equivalem a pouco mais de 347 minutos, uma média aproximada de 1min10 de duração para cada vídeo, que foram então integralmente assistidos e analisados, a fim de determinar se tratavam de materiais que continham ou não posicionamento explicitamente favorável às manifestações antidemocráticas ou aos manifestantes do 8 de Janeiro, e se apresentavam algum tipo de recurso linguageiro associado ao humor, como a sátira, o deboche ou a piada situacional. Entre os vídeos que continham alguma manifestação favorável ao episódio de invasão dos prédios dos Três Poderes em Brasília, havia não apenas cenas em primeira pessoa de bolsonaristas que tomaram parte nos protestos, como também comentários e reações à cobertura noticiosa, convocações e chamamentos à ação, elegias, e apelos humanitários pela segurança e integridade de manifestantes presos.

A análise procurou então observar as estatísticas descritivas referentes aos principais metadados disponíveis para cada conteúdo, como métricas de engajamento e circulação dos vídeos na plataforma. As estatísticas descritivas permitem uma análise exploratória de dados (Tukey 1977) e a divisão dos dados em segmentos equivalentes, como quartis, possibilita uma melhor visualização de padrões e tendências. Mais sobre este tipo de análise pode ser consultado em Tukey (1977), Cervi (2017) e Figueiredo Filho (2019). As hipóteses subsequentes procuram avaliar comparativamente as políticas assumidas pela plataforma e os repertórios incorporados por bolsonaristas.

Uma das métricas capazes de aferir a capacidade de influência digital de um dado usuário é o seu número de seguidores. Em contrapartida, alguns usuários procuram disputar esses espaços de visibilidade nas plataformas incorporando práticas como o uso de *hashtags*, que acionariam determinadas audiências (Burgess; Baym, 2020; Mendonça; Abreu; Sarmento, 2021). Esses repertórios de ação priorizam a capacidade de um dado conteúdo ser mais facilmente recuperado, e, portanto, permitir maior alcance ao autor ou autora da publicação. Muitas vezes, tais expedientes são empregados na expectativa de confrontar as políticas e mecânicas próprias da moderação da plataforma. Desse modo, conteúdos que não são provenientes de grandes influenciadores poderiam ainda assim alcançar um determinado público. Com base neste entendimento, espera-se que usuários que publicam conteúdos de caráter antidemocrático, com manifestações favoráveis ao 8 de Janeiro e à invasão dos prédios públicos do governo, apresentem uma característica mais sectária, e, portanto,

possuam um quantitativo menor de seguidores, enquanto procuram associar suas publicações a *hashtags* utilizadas com maior frequência por apoiadores de Bolsonaro em geral.

(H2) Em relação a usuários que não publicam conteúdo identificado como de caráter antidemocrático, aqueles que o fazem possuem uma quantidade menor de seguidores. Em contrapartida, procuram equilibrar o alcance de suas publicações associando-as com maior frequência a *hashtags* tipicamente bolsonaristas, a fim de chegar a este público.

O *TikTok* é notoriamente conhecido como uma plataforma que valoriza conteúdos voltados ao entretenimento e ao humor (Matamoros-Fernández, 2023). Por isso, espera-se que as publicações de apoiadores de Bolsonaro que incorporam algum tipo de comicidade, como a sátira, o deboche, ou piadas situacionais, apresentem índices elevados de engajamento. Por outro lado, há uma expectativa de que conteúdos que atentem discursivamente contra instituições democráticas, preguem revisionismo histórico em favor da ditadura militar instaurada no Brasil a partir do golpe de 1964, ou sustentem posições que ofendam minorias, entre outros, embora contrários às políticas editoriais da plataforma, se beneficiem de engajamento sectário, produzido pela interação com audiências engajadas, como é o caso dos bolsonaristas. Dessa forma, tem-se que:

(H3) Conteúdos que incorporam algum tipo de humor apresentam maior engajamento do que aqueles que não o fazem. Em contrapartida, conteúdos que perfazem apologia às manifestações antidemocráticas do 8 de Janeiro possuem mais engajamento do que aqueles cujo posicionamento não é explicitamente favorável ou que não se relacionam diretamente com o episódio.

Finalmente, ainda que não seja possível afirmar que os conteúdos indisponíveis presentes na amostra analisada se refiram exclusivamente a vídeos que foram banidos ou proscritos pela própria moderação da plataforma, por violarem normas relacionadas a discursos antidemocráticos, é possível supor que a grande maioria foi removida pela moderação, por determinação judicial ou pelos próprios usuários em função do revés a que os manifestantes do 8 de Janeiro estiveram sujeitos, após inúmeras iniciativas de forças-tarefas para identificar os autores do ataque, inclusive por meio de tecnologias de reconhecimento facial em vídeo (O Globo, 2023). Se os conteúdos indisponíveis de fato se referem a vídeos que foram removidos do *TikTok* em razão de apresentarem manifestações favoráveis à invasão e depredação dos prédios públicos em Brasília, é de se supor que possuam métricas de engajamento similares ou inferiores aos conteúdos publicados por apoiadores do governo Bolsonaro e que permanecem no ar no momento da análise.

(H4) Conteúdos tornados indisponíveis possuem engajamento similar ou inferior àqueles que permanecem disponíveis na plataforma.

Espera-se que a comparação entre esses índices seja capaz de elucidar ao menos em parte alguns dos critérios assumidos pelas políticas da plataforma. De modo geral, as quatro hipóteses elaboradas acima pretendem jogar luz sobre a relação entre plataformas e usuários, no que tange à publicação de conteúdos extremistas, e com foco específico no caso do *TikTok*. A seguir, são apresentados alguns dos resultados alcançados por esta investigação.

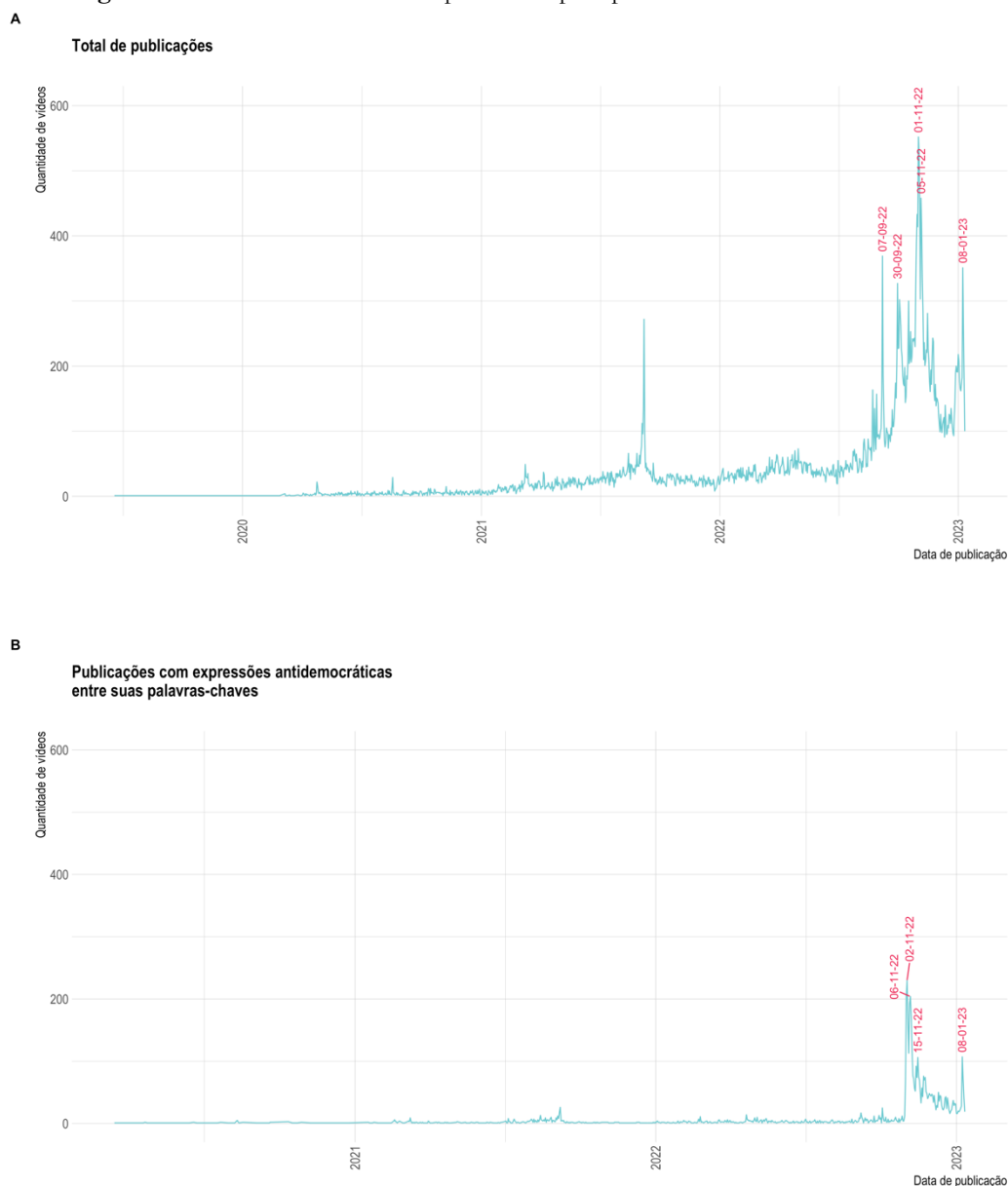
RESULTADOS E DISCUSSÃO

A adesão ao *TikTok* por parte da extrema direita brasileira, como de resto a própria chegada da plataforma ao Brasil, é recente. Nas eleições de 2022, na esteira de uma bem-sucedida campanha para atrair o eleitorado jovem a se registrar nos cartórios eleitorais, não apenas o *TikTok* ganhou os holofotes de parte da cobertura noticiosa, como também viu subirem vertiginosamente os índices de engajamento e publicação de conteúdos por parte dos usuários brasileiros. Entre os apoiadores de Bolsonaro, este movimento não é muito diferente. Como a **Figura 1** abaixo ilustra, a média de publicações desse segmento por dia, que, em 2020, era de apenas 4,3 vídeos, e, em 2021, de 24,6, chega, em 2022, a 92,0, e somente na primeira semana de 2023, em meio aos desdobramentos do 8 de Janeiro, bate os 197,5 vídeos diários em média. Há, portanto, um nítido incremento na participação de defensores do governo Bolsonaro no *TikTok* nos meses mais recentes. Mais do que isso, como ocorre com outras plataformas, conforme relatado por Chagas (2024) ao analisar o WhatsApp bolsonarista, sempre que o bolsonarismo enfrenta períodos de tensão política, há esforços conjugados de uma série de usuários no sentido de intensificar a produção e circulação de conteúdos proselitistas.

Dessa forma, a observação da série histórica de conteúdos publicados no *TikTok* pode evidenciar períodos de maior agitação em meio à base de apoiadores de Bolsonaro. Como se nota na **Figura 1^a**, episódios de articulação para ações coletivas em larga escala, como o 7 de Setembro, tanto em 2021, quanto em 2022, se destacam como picos com grande volume de vídeos. Outras datas marcantes para a produção de conteúdos entre os *TikTokers* bolsonaristas atendem aos dias que precedem ou sucedem as votações. É possível observar que o último debate antes do primeiro turno, em 30 de setembro, gerou grande repercussão. Os conteúdos publicados apresentavam cortes de momentos do debate, destacando falas de Bolsonaro ou gafes de seus adversários. No segundo turno, o resultado adverso e o subsequente silenciamento do então presidente sobre sua derrota nas urnas por mais de 48h gerou expectativa entre seus apoiadores, com rumores de que esse intervalo era necessário para que as Forças Armadas decretassem a impugnação do pleito. Esta tensão ocasionou um pico na produção de conteúdos no dia 1º de novembro, e teve rebatimento também no fim de semana seguinte, quando começaram a ser organizadas manifestações e acampamentos na porta de quartéis. O último pico na publicação de vídeos no *TikTok* se dá precisamente no 8 de Janeiro, com conteúdos relacionados ao episódio de invasão dos prédios na Esplanada.

Na **Figura 1B**, somente estão representados os conteúdos que apresentam termos e expressões que incitam as manifestações antidemocráticas, como “intervenção militar já”, “invadir Esplanada”, “ditadura da toga”, “supremo é o povo” e “festa da Selma”. Neste caso, embora o volume de publicações seja mais comedido, os períodos de grande atividade são similares, com ênfase nos picos que ocorrem nos dias 2 e 6 de novembro, em meio à repercussão do pronunciamento de Bolsonaro sobre as eleições e à organização dos aquartelamentos bolsonaristas, e, em seguida, no dia 15 de novembro, outra efeméride importante para os “patriotas”, além de novamente o 8 de Janeiro. Percebe-se que, ao menos nos meses mais recentes, a produção de conteúdos por *TikTokers* bolsonaristas está associada a episódios de tensão política enfrentados pelo governo, conforme H1.

Figura 1. Séries históricas de vídeos publicados por apoiadores de Bolsonaro no *TikTok*.



Fonte: Os Autores (2025).

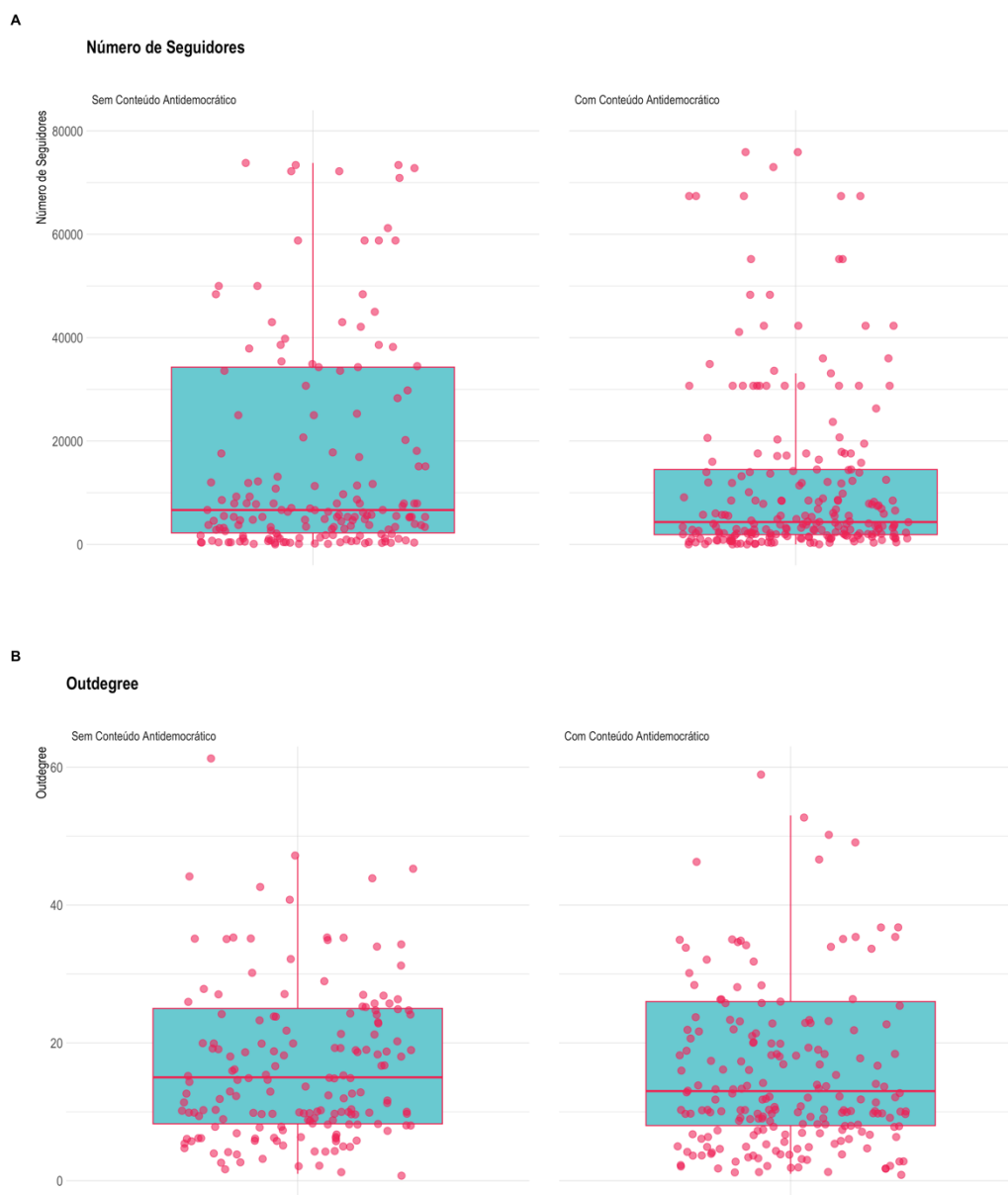
Para os resultados seguintes, trabalhou-se com a amostra de conteúdos publicados somente entre 8 e 9 de janeiro de 2023. Procurou-se observar como esses conteúdos se relacionam com os usuários que os publicam e que desempenho alcançam. Cabe destacar que o usuário que participou mais ativamente produzindo conteúdos publicou 260 vídeos. E aquele que incluiu mais *hashtags* entre suas publicações, utilizou-se desse expediente 411 vezes, com uma média de 2,2 *hashtags* por vídeo. Ainda, o usuário que possui mais seguidores conta com aproximadamente 23 milhões deles, ao passo que 786 usuários possuem menos de 100 seguidores. No geral, os dados indicam uma tendência de que os bolsonaristas que integram o *TikTok* ocupem uma posição de microinfluenciadores, isto é,

influenciadores digitais que possuem entre 10 mil e 100 mil seguidores (Williams, 2022). Esta parcela corresponde a 26% (N=4.713) do total de 18 mil usuários contidos na amostra, enquanto os usuários com mais de 100 mil seguidores somam apenas 4,6% (N=847).

Com relação a H2, a hipótese sugere que usuários que publicam conteúdo antidemocrático tendem a possuir uma quantidade menor de seguidores. Por outro lado, esses mesmos usuários mais frequentemente associariam suas publicações a hashtags para indexar seus conteúdos e ampliar sua visibilidade. Para testar esta hipótese, buscou-se comparar o comportamento de conteúdos antidemocráticos e não antidemocráticos entre si, no que tange à quantidade de seguidores associada a seus autores e ao número de hashtags a que estão vinculadas as publicações.

A **Figura 2** apresenta, comparativamente, as métricas referentes à influência digital dos usuários (*número de seguidores*), e à incorporação, por parte desses mesmos usuários, de repertórios táticos para alcançar maior visibilidade para seus conteúdos, com a prática de associar suas postagens a diferentes *hashtags* (*outdegree*). O primeiro par de gráficos (**Figura 2^a**) sugere que usuários que publicam conteúdos de caráter antidemocrático apresentam uma tendência a possuir menos seguidores ($\lim_{\min}=4,0$, $Q1=1877,5$, $Q2=4330,0$, $Q3=14500,0$, $\lim_{\max}=33100,0$ para usuários que publicam conteúdos antidemocráticos contra $\lim_{\min}=7,0$, $Q1=2110,0$, $Q2=6657,0$, $Q3=34300,0$, $\lim_{\max}=73800,0$ para os que não publicam). Embora as medianas (Q2) sejam próximas, os quartis superiores sugerem forte discrepância para os valores mais altos na quantidade de seguidores. Adicionalmente, no que tange aos conteúdos associados a *hashtags* (**Figura 2^B**), o que se nota é que tanto os usuários que publicam vídeos de caráter antidemocrático quanto os que não o fazem apresentam um padrão muito próximo de comportamento. A principal diferença reside no quartil superior, ou seja, os usuários que publicam vídeos de caráter antidemocrático e associam suas publicações a mais hashtags tendem a tentar vincular mais seus conteúdos a termos e frases-chave ($\lim_{\min}=1,0$, $Q1=8,0$, $Q2=13,0$, $Q3=26,0$, $\lim_{\max}=53,0$ para usuários que publicam conteúdos antidemocráticos contra $\lim_{\min}=1,0$, $Q1=8,0$, $Q2=15,0$, $Q3=25,0$, $\lim_{\max}=47,0$ para os que não publicam), isto é, quando se trata de conteúdos associados a muitas *hashtags* há uma tendência de que se tratem de material de teor antidemocrático. O resultado sustenta plenamente o comportamento descrito por H2, portanto.

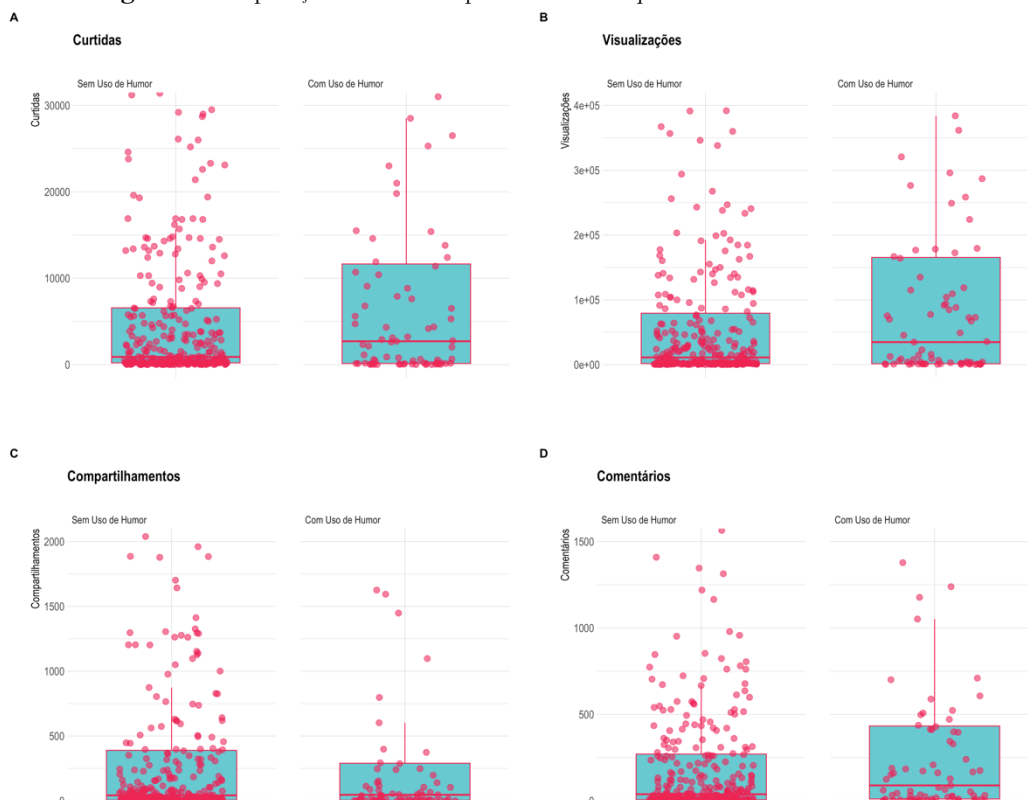
Figura 2. Comparação entre número de seguidores e *outdegree* para autores de publicações com e sem conteúdo antidemocrático.



Fonte: Os Autores (2025).

H3 preconiza que conteúdos que utilizam humor apresentam maior engajamento, ao passo que conteúdos que contêm discursos antidemocráticos tendem a apresentar menor engajamento. A estratégia para testar esta hipótese foi dupla, distinguindo-se os dois grupos em momentos diferentes de análise. Primeiro, compararam-se as métricas de engajamento de conteúdos que fazem ou não uso de humor (Figura 3). Em seguida, compararam-se os conteúdos antidemocráticos ou não, com relação ao seu engajamento (Figura 4).

Figura 3. Comparação de métricas para conteúdos que fazem ou não uso do humor.



Fonte: Os Autores (2025).

Com relação aos efeitos do humor nas métricas de engajamento fornecidas pela plataforma (**Figura 3 e Tabela 1**), é possível depreender que, à exceção do número de compartilhamentos, em todos os demais índices, os conteúdos que fazem uso do humor apresentam desempenho consideravelmente melhor especialmente nos quartis superiores. Isto é, conteúdos com muitas curtidas, com muitas visualizações e com muitos comentários tendem a ser favorecidos pelo uso do humor. A **Tabela 1** apenas dispõe dos dados estatísticos descritivos apresentados graficamente na **Figura 3**.

Os dados parecem indicar que a plataforma beneficia esses usos. E o principal indício de que não se trata de um comportamento puramente estimulado pelas audiências é a discrepância na quantidade de visualizações, uma métrica em grande medida dependente do algoritmo de recomendação e do mecanismo de exposição inadvertida que operam como motor do *TikTok*.

Tabela 1. Comparação de métricas para conteúdos que fazem ou não uso do humor.

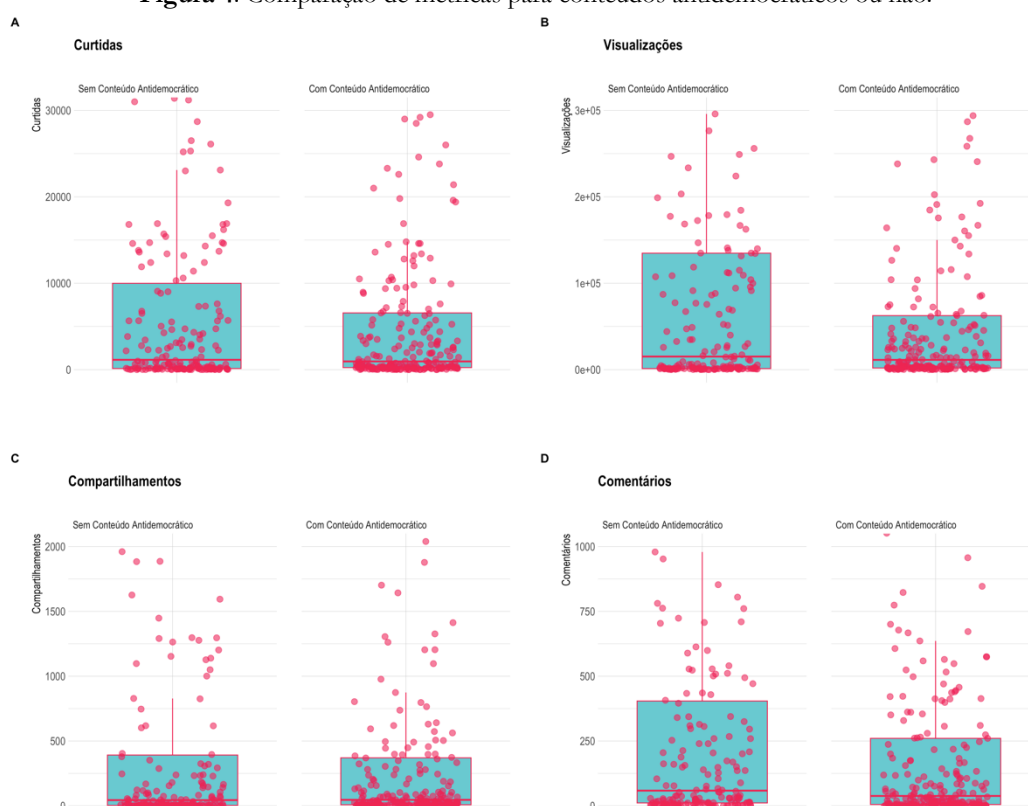
	Lim _{min}	Q1	Q2	Q3	lim _{max}
Curtidas Sem Uso de Humor	0	202,5	894,0	6574,0	15700,0
Curtidas Com Uso de Humor	3,0	134,0	2708,0	11650,0	28500,0
Visualizações Sem Uso de Humor	0	1716,5	11100,0	79400,0	192400,0
Visualizações Com Uso de Humor	129,0	1450,0	34800,0	165450,0	383900,0
Compartilhamentos Sem Uso de Humor	0	5,0	42,0	389,5	874,0
Compartilhamentos Com Uso de Humor					

Compartilhamentos Com Uso de Humor	0	3,0	46,0	290,0	602,0
Comentários Sem Uso de Humor	0	6,0	38,0	270,5	667,0
Comentários Com Uso de Humor	0	11,0	89,0	433,0	1052,0

Fonte: Os Autores (2025).

Diferentemente do que se supunha, no entanto, no que diz respeito aos conteúdos de caráter antidemocrático, os dados indicam uma forte tendência a um engajamento mais comedido. À exceção do número de compartilhamentos, muito similar em ambas as aferições, todos os demais indicadores apresentam uma tendência a níveis mais altos de engajamento quando se trata de um conteúdo que não apoie os atos antidemocráticos (**Figura 4 e Tabela 2**).

Figura 4. Comparação de métricas para conteúdos antidemocráticos ou não.



Fonte: Os Autores (2025).

A **Tabela 2** abaixo dispõe dos dados estatísticos descritivos apresentados graficamente na **Figura 4**.

Tabela 2. Comparação de métricas para conteúdos antidemocráticos ou não.

	Lim _m in	Q1	Q2	Q3	lim _{max}
Curtidas Sem Conteúdo Antidemocrático	0	129,0	1138,0	10300,0	25300,0
Curtidas Com Conteúdo Antidemocrático	1,0	232,0	948,0	6574,0	14800,0
Visualizações Sem Conteúdo Antidemocrático	0	1230,0	15150,0	134900,0	295900,0
Visualizações Com Conteúdo Antidemocrático	25,0	1860,5	11300,0	62650,0	150000,0

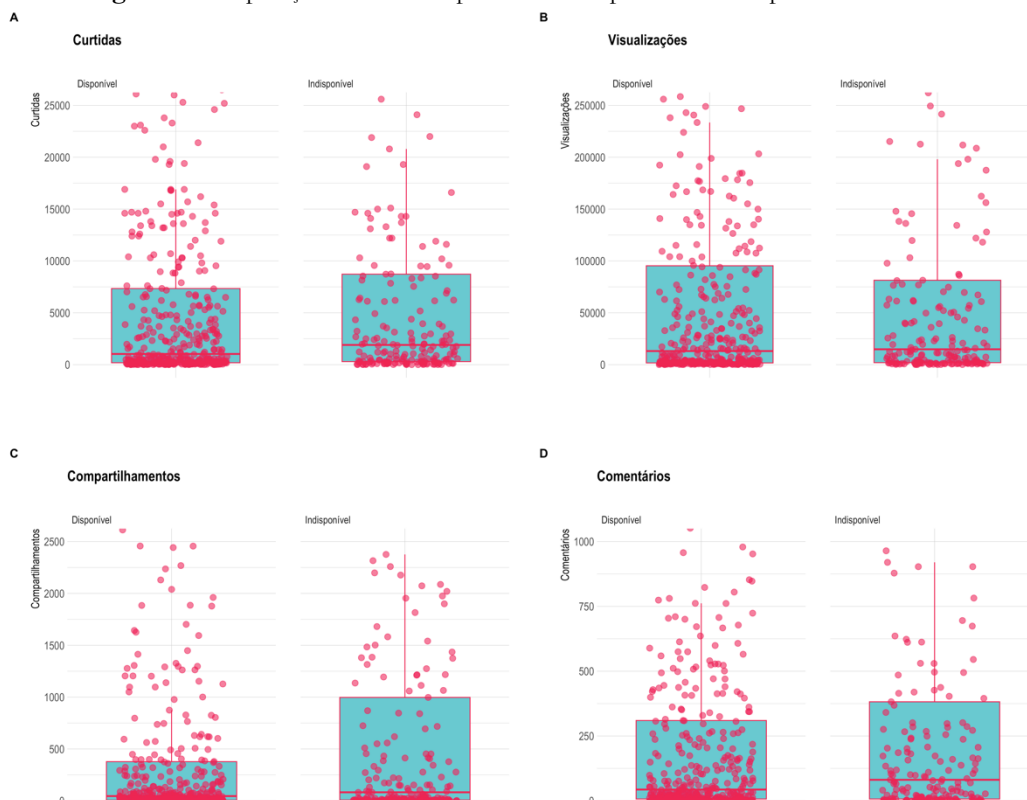
Compartilhamentos Sem Conteúdo Antidemocrático	0	3,0	44,0	396,0	828,0
Compartilhamentos Com Conteúdo Antidemocrático	0	8,0	46,0	371,5	874,0
Comentários Sem Conteúdo Antidemocrático	0	11,0	58,5	407,0	979,0
Comentários Com Conteúdo Antidemocrático	0	5,0	38,0	260,5	636,0

Fonte: Os Autores (2025).

Se o resultado anterior parece apontar para uma ação deliberada da plataforma para conferir maior visibilidade a conteúdos considerados “positivos” (Chen; Kaye; Zeng, 2021), o tratamento aplicado a conteúdos que perfazem apologia a atos antidemocráticos parece ser igualmente fruto de uma política *top-down*. Como se nota, tais conteúdos apresentam uma forte discrepância na exposição e alcance obtido junto à comunidade, sustentando mais uma vez H3. Os achados permitem ainda desenvolver a título de inferência uma nova hipótese, não testada por este estudo em razão do espaço e das limitações empíricas para tanto, a de que a atuação da plataforma diante de casos de controvérsia pública se dá por meio de políticas de *shadowbanning*, restringindo a circulação e a visibilidade desses materiais, como forma de diminuir seus impactos perniciosos e impor sanções aos usuários que os publicam. Como não se trata, contudo, do escopo da presente investigação, a hipótese carece de maior ancoragem nos dados, e demanda naturalmente maior transparência das plataformas com relação às políticas adotadas na gestão e moderação de seus conteúdos.

A última etapa desta investigação compreende um olhar sobre os conteúdos tornados indisponíveis entre o período de coleta e análise dos dados. H4 afirma que conteúdos tornados indisponíveis possuem engajamento similar àqueles que permanecem disponíveis.

Figura 5. Comparação de métricas para vídeos disponíveis e indisponíveis na amostra.



Fonte: Os Autores (2025).

Nesse caso, a comparação entre os vídeos disponíveis e indisponíveis evidencia que, com exceção do número de visualizações, em que ambos apresentam desempenho razoavelmente similar, em todos os demais indicadores (curtidas, compartilhamentos e comentários), o desempenho dos vídeos indisponíveis supera o dos remanescentes (**Figura 5** e **Tabela 3**), contrariando aquilo que foi sugerido inicialmente por H4. Novamente, a explicação para este resultado permite lançar uma nova hipótese, segundo a qual a moderação da plataforma é mais ciosa diante de conteúdos que alcançam maior exposição. Ou seja, conteúdos que porventura conseguem furar o bloqueio imposto por políticas editoriais da plataforma e obtêm um bom desempenho em suas métricas de engajamento recebem maior atenção das equipes de moderação do que aqueles que podem simplesmente ser contidos por meio de *shadowbanning*. Estes achados sustentam que a lógica externa, isto é, aquela advinda das políticas de gestão e moderação da plataforma costuma prevalecer sobre repertórios coletivamente incorporados por grupos políticos, o que, por sua vez, reforça a responsabilidade das plataformas no debate sobre a contenção de prejuízos causados pela circulação de conteúdos antidemocráticos ou imbuídos de desinformação e discurso de ódio no ambiente digital.

Tabela 3. Comparação de métricas para vídeos disponíveis e indisponíveis na amostra.

	Lim _{min}	Q1	Q2	Q3	lim _{max}
Curtidas Disponível	0	181,0	1029,5	7348,0	16900,0
Curtidas Indisponível	2,0	292,0	1899,0	8725,0	20800,0

Visualizações Disponível	0	1633,0	13100,0	95700,0	233500,0
Visualizações Indisponível	32,0	1903,5	14800,0	81400,0	198100,0
Compartilhamentos Disponível	0	5,0	45,5	379,0	874,0
Compartilhamentos Indisponível	0	7,0	82,0	997,5	2376,0
Comentários Disponível	0	7,0	43,5	310,0	762,0
Comentários Indisponível	0	7,0	81,0	382,0	920,0

Fonte: Os Autores (2025).

Por outro lado, o que os dados sugerem é que as políticas adotadas pela plataforma são pouco consistentes e variam em função do desempenho obtido pelos próprios conteúdos, de maneira que uma maior atenção a casos que violem a política editorial da plataforma ou as legislações vigentes depende, em grande medida, da quantidade de curtidas, visualizações, comentários e compartilhamentos que uma dada publicação consegue alcançar. Na prática, há uma disputa constante entre as políticas assumidas pela plataforma e os repertórios incorporados pelos usuários na expectativa de alcançar maior visibilidade e escapar à moderação. Diante desta disputa, os pressupostos democráticos parecem ocupar, para ambas as partes interessadas, um segundo plano de preocupações.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O *TikTok* ganhou fama pelas dancinhas e desafios que induzem os usuários a produzirem seus próprios vídeos. Muito popular entre jovens da geração Z, a plataforma aparentemente visava a entreter, engajar e criar conexões através de conteúdos que expressam “positividade”. Porém, com o crescimento de sua audiência, levantaram-se preocupações sobre a abundância de conteúdo radicalizado, e como a própria plataforma tem lidado com esse problema. Para além das dancinhas e *trends*, usuários começaram a explorar o *TikTok* para produzir conteúdos que seguem os formatos e recursos da plataforma, porém, propagam ataques ao sistema democrático e às instituições através, muitas vezes, de um discurso inflamado de mobilização.

Os resultados deste estudo lançaram luz sobre essa questão e a forma como a própria plataforma tem lidado com esse problema – ainda pouco clara em suas diretrizes e pronunciamentos. Os dados analisados sugerem que o *TikTok* parece, de fato, valorizar conteúdos associados a um tom cômico, o que pode favorecer a disseminação de discursos extremistas, camuflados como piadas. Por outro lado, a tendência de conteúdos que não apoiam atos antidemocráticos em ter níveis de engajamento mais altos indica que a plataforma está moderando e restringindo o alcance de publicações que infringem suas políticas.

Por outro lado, no caso de publicações removidas ou tornadas indisponíveis, o que se observa é que, antes de serem excluídas, muitas vezes já alcançaram um grande volume de curtidas, compartilhamentos e comentários. Isso mostra uma certa vulnerabilidade na política de moderação do *TikTok*. Essa contradição só ocorre porque há um conflito entre as políticas assumidas pela plataforma e os repertórios incorporados pelos usuários que buscam ser beneficiados pelo algoritmo enquanto escapam da moderação.

Entre os resultados, um ponto chamou a atenção: a métrica de compartilhamento. Quando se analisam os resultados do uso do humor e o teor do vídeo, em todos os casos, o número de compartilhamentos ainda é similar e não ajuda a revelar discrepâncias de moderação. O compartilhamento é a principal métrica que facilita a disseminação de desinformação e permite o espalhamento de conteúdos para outras redes. Em plataformas de redes sociais, como *Facebook* e *X/Twitter*, o compartilhamento assume um caráter endógeno, o que dificulta a saída do usuário para aplicativos rivais. Nesses casos, compartilhar um conteúdo significa disseminá-lo para a sua própria rede de contatos. No caso do *TikTok*, o compartilhamento assume um caráter exógeno, favorecendo a condição ocupada pela plataforma como polo de propagação de conteúdos para outros espaços, como serviços de mensageria privada. Nesse sentido, compreender os efeitos dessa mecânica de espalhamento de conteúdos pode ajudar a visualizar com mais clareza os repertórios de ação e articulação de grupos organizados.

AGRADECIMENTOS

Os autores gostariam de agradecer aos colegas do Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia em Democracia Digital pelos valiosos insights, em especial a Samuel Barros e Emerson Cervi, pelos comentários em versões anteriores deste artigo.

FINANCIAMENTO

Este artigo contou com o apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPq (Bolsa nº 306791/2021-8) e da Fundação Carlos Chagas Filho de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro – Faperj (Bolsa nº 259788).

DISPONIBILIDADE DE DADOS

Os dados utilizados neste estudo encontram-se disponíveis para apreciação de outros pesquisadores mediante consulta aos autores.

REFERÊNCIAS

- ABBAS, L. FAHMY, S.; AYAD, S.; IBRAHIM, M.; ALI A. TikTok Intifada: Analyzing Social Media Activism Among Youth. **Online Media and Global Communication**, [s. l.], v. 1, n. 2, p. 287-314, 8 jun. 2022. DOI: <https://doi.org/10.1515/omgc-2022-0014>. Disponível em: <https://www.degruyterbrill.com/document/doi/10.1515/omgc-2022-0014/html>.
- ABIDIN, C.; LEE, J. **Social Justice Through Social Media Pop Cultures: Case Studies And Reading Resources On Influencers And TikTok**. [S. l.]: TikTok Cultures Research Network; Curtin University, 2022. Disponível em: <https://TikTokCultures.com/socialjustice2022>. Acesso em: 13 jun. 2022.
- ALONSO-LÓPEZ, N.; SIDORENKO-BAUTISTA, P.; GIACOMELLI, F. Beyond challenges and viral dance moves: TikTok as a vehicle for disinformation and fact-checking in Spain, Portugal, Brazil, and the USA. **Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura**, [s. l.], n. 64, p. 65-84, 2021. DOI: <https://doi.org/10.5565/ver/analisi.3411>. Disponível em: <https://analisi.cat/article/view/v64-alonso-sidorenko-giacomelli>.
- BRESNICK, E. Intensified Play: Cinematic study of TikTok mobile app. **ResearchGate**, [s. l.], 2019. Disponível em: https://www.academia.edu/40213511/Intensified_Play_Cinematic_study_of_TikTok_mobile_app. Acesso em: 26 ago. 2022.
- BURGESS, J.; BAYM, N. **Twitter: A Biography**. New York: NYU Press, 2020.
- CASTRO, S. **Como o TikTok pode contribuir para a comunicação política?** Curitiba: Academia Brasileira de Direito Eleitoral e Político, 2020.
- CERVI, E. **Manual de métodos quantitativos para iniciantes em Ciência Política**. Curitiba: CPOP, 2017. v. 1.
- CERVI, L.; MARÍN-LLADÓ, C. What are political parties doing on TikTok? The Spanish case. **Profesional de la información**, [s. l.], v. 30, n. 4, 2021. DOI: <https://doi.org/10.3145/epi.2021.jul.03>. Disponível em: <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/86433>.
- CHAGAS, V. Humor and nationalism in Bolsonaroist far-right WhatsApp memes in Brazil. In: FERNÁNDEZ L'HOESTE, H.; POBLETE, J. (orgs.). **Internet, Humor, and Nation in Latin America**. Gainesville: University Press of Florida, 2024. p. 144-175.
- CHAGAS, V.; STEFANO, L. de M. Estratégias de uso do TikTok por p21olíticos brasileiros. **Revista de Sociologia e Política**, [s. l.], v. 31, 2023. DOI: <https://doi.org/10.1590/1678-98732331e022>.
- CHEN, X.; KAYE, D.; ZENG, J. #PositiveEnergy Douyin: constructing “playful patriotism” in a Chinese short-video application. **Chinese Journal of Communication**, [s. l.], v. 14, n. 1, 12 maio 2021, p. 97-117. DOI: <https://doi.org/10.1080/17544750.2020.1761848>. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/17544750.2020.1761848>.
- DOURADO, T.; PIAIA, V.; CHAGAS, V.; DIENSTBACH, D.; RUEDIGER, M. A.; MATOS, E.; SANTOS, J. G. B. Online Disinformation in Brazil: A Typology of Discursive Action of Harmful Political Content on WhatsApp and Facebook. **International Journal of**

Communication, [s. l.], v. 18, p. 25, maio 2024. Disponível em:
<https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/20960/4629>. Acesso em: 9 jan. 2026.

FERNANDEZ, V. Nuevos medios en campaña: El caso de las elecciones autonómicas de Madrid 2021 en TikTok. **Universitas-XXI**, [s. l.], v. 36, p. 221-241, mar./ago. 2022. DOI:
<https://doi.org/10.17163/uni.n36.2022.09>. Disponível em:
<https://alteridad.ups.edu.ec/index.php/universitas/article/view/36.2022.09>.

FIGUEIREDO FILHO, D. B. **Métodos quantitativos em ciência política**. Curitiba: InterSaberes, 2019.

GERBAUDO, P. Protest avatars as memetic signifiers: political profile pictures and the construction of collective identity on social media in the 2011 protest wave. **Information, Communication & Society**, [s. l.], v. 18, n. 8, p. 916-929, 27 maio 2015. DOI:
<https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1043316>. Disponível em:
<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1369118X.2015.1043316>.

HERN, Alex. TikTok owns up to censoring some users' videos to stop bullying. **The Guardian**, 3 dez. 2019. Disponível em: <https://www.theguardian.com/technology/2019/dec/03/tiktok-owns-up-to-censoring-some-users-videos-to-stop-bullying>. Acesso em: 13 jun. 2022.

ITUASSU, A.; CAPONE, L.; PECORARO, C.; MANNHEIMER, V. A política da radicalização: a direita radical e as mídias digitais nas eleições para a Câmara Federal. In: ITUASSU, A.; MATOS, E. (org.). **Democracia, desinformação e radicalização**: as mídias digitais e as eleições de 2022 no Brasil. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio, 2024. p. 275-305.

JENNINGS, R. This week in TikTok: The real story of the Trump rally is not that interesting. **Vox**, [s. l.], 20 jun. 2020. Disponível em:
<https://www.vox.com/thegoods/2020/6/30/21307564/TikTok-trump-rally-tulsa-teens-k-pop>. Acesso em: 13 jun. 2022.

KENNEDY, M. "If the rise of the TikTok dance and e-girl aesthetic has taught us anything, it's that teenage girls rule the internet right now": TikTok celebrity, girls and the Coronavirus crisis. **European Journal of Cultural Studies**, [s. l.], v. 23, n. 6, p. 1069-1076, 31 jul. 2020. DOI:
<https://doi.org/10.1177/1367549420945341>. Disponível em:
<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1367549420945341>.

KLEINA, N. Hora do TikTok: análise exploratória do potencial político da rede no Brasil. **Revista UNINTER de Comunicação**, [s. l.], v. 8, n. 15, p. 18-34, 2020. DOI:
<https://doi.org/10.21882/ruc.v8i15.843>. Disponível em:
<https://www.revistasuninter.com/revistacomunicacao/index.php/revista/article/view/843>.

LIMA, P. TikTok removeu mais de dez mil vídeos da invasão em Brasília. **Renascença**, [s. l.], 16 fev. 2023. Disponível em: <https://rr.sapo.pt/noticia/mundo/2023/02/16/TikTok-removeu-mais-de-dez-mil-videos-da-invasao-em-brasilia/320389/>. Acesso em: 14 abr. 2023.

MATAMOROS-FERNÁNDEZ, A. Taking Humor Seriously on TikTok. **Social Media + Society**, [s. l.], v. 9, n. 1, 2023. DOI: <https://doi.org/10.1177/20563051231157609>. Disponível em:
<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/20563051231157609>.

MENDONÇA, R.; ABREU, M.; SARMENTO, R. Repertórios Discursivos E As Disputas Políticas Contemporâneas. **Novos Estudos CEBRAP**, [s. l.], v. 40, n. 1, jan./abr. 2021. DOI:

<https://doi.org/10.25091/s01013300202100010002>. Disponível em:
<https://www.scielo.br/j/nec/a/m5gtKdtQvwqTnBLNgX8ZK9F/?lang=pt>.

MUDDE, C. **The far-right today**. Cambridge: Polity Press, 2019.

NÓBREGA, L. Veja ponto a ponto das propostas do governo federal para regulação de plataformas. **Desinformante**, [s. l.], 31 mar. 2023. Disponível em:
<https://desinformante.com.br/propostas-governo-regulacao-plataformas/>. Acesso em: 14 abr. 2023.

O GLOBO. Como a PF vai identificar os terroristas que invadiram Planalto, STF e Congresso. **Valor**, [s. l.], 9 jan. 2023. Disponível em:
<https://valor.globo.com/politica/noticia/2023/01/09/como-a-pf-vai-identificar-os-terroristas-que-invadiram-planalto-stf-e-congresso.ghtml>. Acesso em: 14 abr. 2023.

ROGERS, R. **Digital methods**. Cambridge: MIT Press, 2013.

RONSIMI, V; BRIGNOL, L.; STORCH, L.; MARQUES, C.; FOLETTO, L. R.; CORRÊA, L. B. Ativismo de fãs e disputas de sentido de gêneros nas interações da audiência de Em Família nas redes sociais. In: LOPES, M. I. V. **Por uma teoria de fãs da ficção televisiva brasileira**. Porto Alegre: Sulina, 2015. p. 197-238.

SAMPAIO, R. C.; LYCARIÃO, D. **Análise de conteúdo categorial**: manual de aplicação. Brasília: ENAP, 2021. Disponível em: <https://repositorio.enap.gov.br/handle/1/6542>. Acesso em: 13 ago. 2025.

SHEPARDSON, D. U.S. FBI director says TikTok poses national security concerns. **Reuters**, [s. l.], 5 nov. 2022. Disponível em: <https://www.reuters.com/business/media-telecom/us-fbi-director-says-TikTok-poses-national-security-concerns-2022-11-15/>. Acesso em: 14 abr. 2023.

SUÁREZ-TOMALÁ, G.; COCHEA-PANCHANA, G. Marketing Político 2.0: Estrategias de storytelling a través de TikTok de los dos candidatos a presidente del Ecuador 2021.

REICOMUNICAR, [s. l.], v. 5, n. 9, p. 118-135, 2022. DOI:
<https://doi.org/10.46296/rc.v5i9.0039>. Disponível em:
<https://recomunicar.org/index.php/recomunicar/article/view/57>.

TIDY, J. Aplicativo chinês TikTok, de uso para humor e política, pode ser banido dos EUA. **BBC Brasil**, [s. l.], 23 jul. 2020. Disponível em: <https://www.pnbonline.com.br/politica/aplicativo-china-s-TikTok-de-uso-para-humor-e-politica-pode-ser-banido-doseua/68247>. Acesso em: 29 maio 2022.

TUKEY, J. **Exploratory data analysis**. Boston: Addison-Wesley, 1977.

UDUPA, S. Extreme speech. In: Strippel, C.; Paasch-Colberg, S.; Emmer, M.; Trebbe, J. (org). **Challenges and perspectives of hate speech research**. Berlin: Digital Communication Research, 2023. p. 233-248. DOI: <https://doi.org/10.48541/dcr.v12.14>.

VIJAY, D.; GEKKER, A. Playing Politics: How Sabarimala Played Out on TikTok. **American Behavioral Scientist**, [s. l.], v. 65, n. 5, p. 712-734, 2021. DOI:
<https://doi.org/10.1177/0002764221989769>. Disponível em:
<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0002764221989769>.

WILLIAMS, O. Micro, Macro, Nano, Mega Influencers: Which Will Help You Grow?

Websitebuilderexpert, [s. l.], 9 nov. 2022. Disponível em:

<https://www.websitebuilderexpert.com/grow-online/micro-macro-nano-mega-influencers>. Acesso em: 14 abr. 2023.

ZENG, J.; ABIDIN, C. ‘#OkBoomer, time to meet the Zoomers’: studying the memefication of intergenerational politics on TikTok. **Information, Communication & Society**, [s. l.], v. 24, n. 16, p. 2459-2481, 2021. DOI: <https://doi.org/10.1080/1369118X.2021.1961007>. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1369118X.2021.1961007>.

ZULLI, D.; ZULLI, D. J. Extending the Internet meme: Conceptualizing technological mimesis and imitation publics on the TikTok platform. **New Media & Society**, [s. l.], 2020. DOI: <https://doi.org/10.1177/1461444820983603>. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1461444820983603>.