






Monitoramento das Eleições Brasileiras de 2022

Boletim # 3: TikTok

Setembro/2022

nev.prp.usp.br

-  nevusp
-  nevusp
-  nevuspvideos
-  nevusp
-  nevusp

NEV

NÚCLEO DE ESTUDOS
DA VIOLÊNCIA

USP

FAPESP

CEPID

fflch FACULDADE DE FILOSOFIA,
LETRAS E CIÊNCIAS HUMANAS
UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

Objetivos

Coletar e analisar **hashtags** sobre os conteúdos eleitorais presentes no TikTok, voltados aos candidatos à Presidência da República à frente nas pesquisas: **Jair Messias Bolsonaro** e **Luiz Inácio Lula da Silva**.

Pretende-se identificar como esta mídia social é disputada pelos dois políticos, seus apoiadores e influenciadores.

O TikTok é uma plataforma de vídeos curtos que cresce mundialmente entre os mais jovens e recentemente passou a regular as postagens de conteúdo político.

O público do TikTok se expressa por tipos de vídeos que denotam uma expressão criativa, como músicas, danças, mímicas e expressões faciais, tendências (trends), etc, buscando sempre maximizar a audiência - até mesmo colocando lado a lado, hashtags com posições opostas (Rogers, 2021).

Para adentrar nesse mundo, foi mantida a exploração a partir do cenário das hashtags, que nos parece promissor: ele sugere o **peso de cada candidato, ator e assunto na rede**, além de demarcar por meio de **quais hashtags essa influência é realizada**.

Metodologia

1. Mapearam-se as principais **hashtags (#s)** referentes a Jair Bolsonaro e Luiz Inácio Lula da Silva no TikTok, encontrando-se duas mais populares: **#lula** (5,8 bilhões de visualizações*) e **#bolsonaro** (11,4 bilhões de visualizações*).

2. Foram coletados os dados com a extensão **Zeeschuimer**, gerando uma **amostragem aleatória** com **982** resultados para a **#bolsonaro** e **978** resultados para a **#lula** (a amostragem é oferecida pelo próprio TikTok, quando procurada a hashtag).

* coleta realizada em 23 de julho de 2022.

3. Os dados foram tratados no aplicativo **4CAT**, buscando a **rede de #s** da amostragem, o volume **das postagens** (por mês) e **mural das imagens mais frequentes por hashtag**.

4) Também foi utilizado o **TikTok Creative Center** para identificar os principais usuários **produtores de conteúdo** e os **10 vídeos mais vistos** com as duas hashtags**.

** coleta realizada em 27 de agosto de 2022.

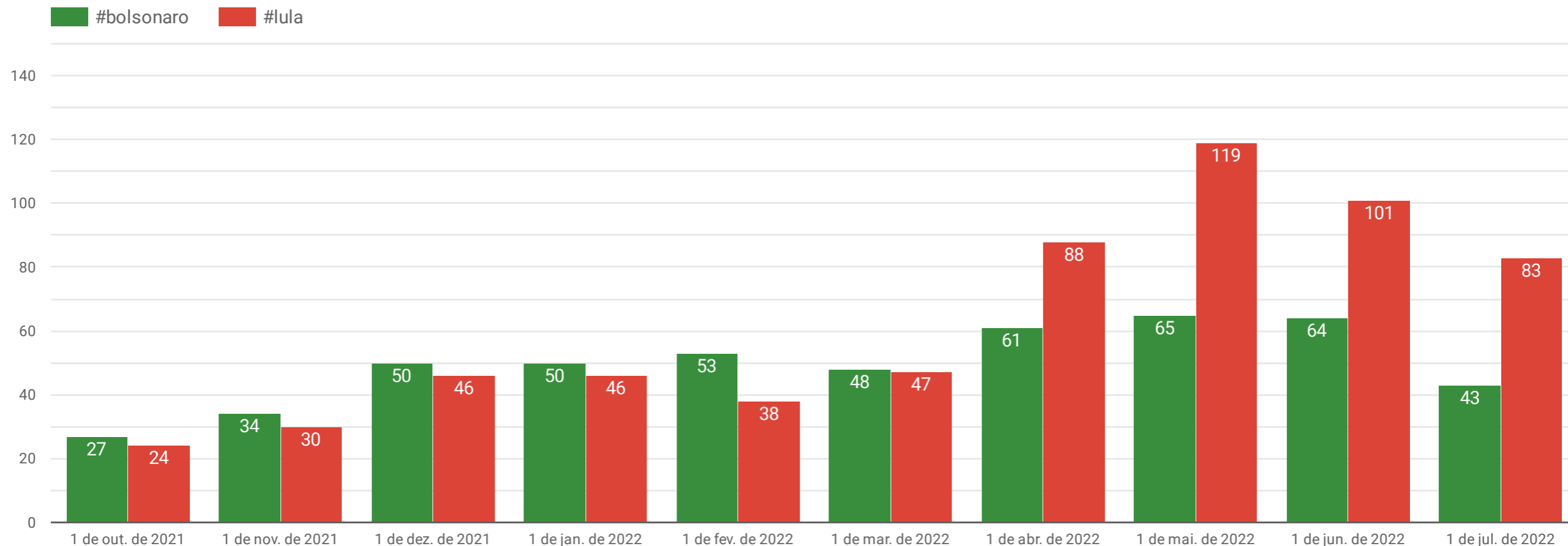
A disputa eleitoral no TikTok

As relações entre as hashtags, as imagens e os vídeos mais vistos sobre Bolsonaro e Lula

#bolsonaro e #lula

Frequência das postagens com as hashtags (por mês).

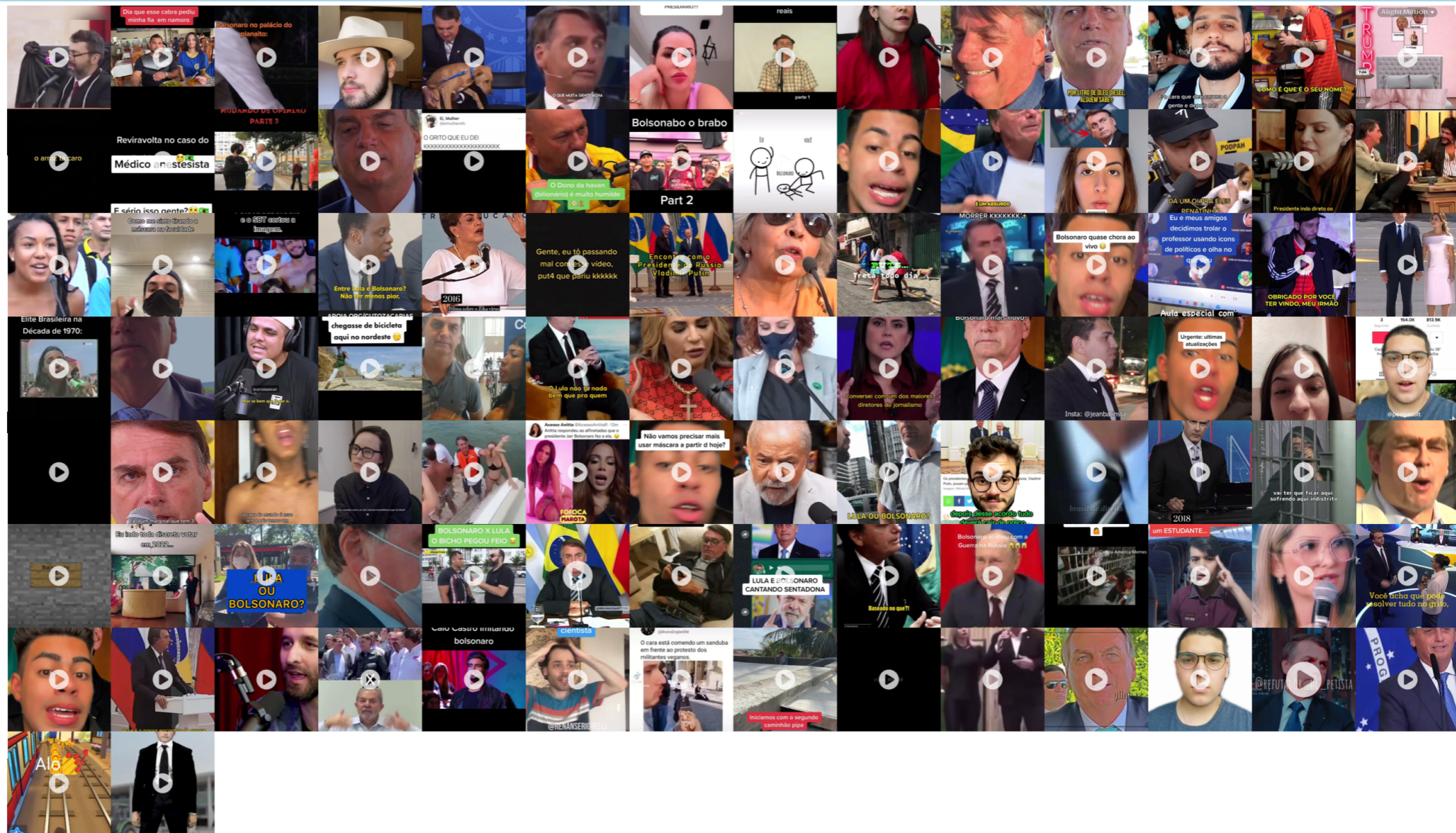
* domínio da #bolsonaro ao longo do tempo, mas com recente crescimento da #lula



#bolsonaro

100 Imagens referentes às postagens com a #bolsonaro

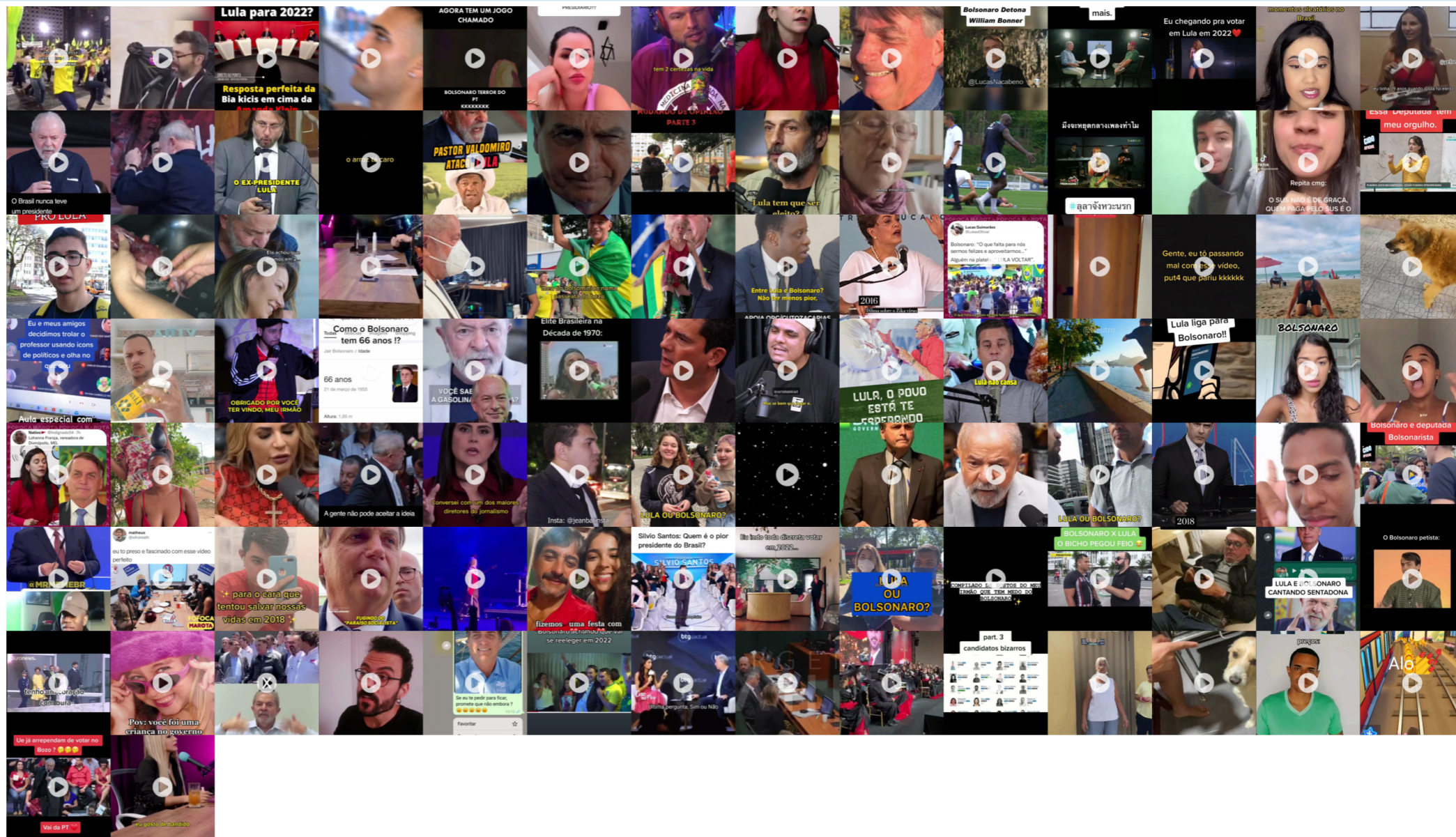
No quadro, verificamos 22 imagens de Bolsonaro e apenas 2 de Lula



#lula

100 Imagens referentes às postagens com a #lula

No quadro, verificamos apenas 5 imagens de Lula, contra 8 de Bolsonaro



#bolsonaro e #lula

Vídeos mais vistos

* destaque para o **canal flow podcast [oficial]** que produziu os 3 vídeos mais vistos com a #bolsonaro

id	Trending creators	Hashtag	Followers (can...	Likes (canal)	Conteúdo	Título do vídeo	Views	link	
1.	1	flow podcast [oficial]	#bolsonaro	1.9M	36.1M	Pró-Bolsonaro	Essa aí ele aprendeu com o Paulinho Gogó	21,0M	https://www.tiktok.com/@flowpdc/video/71298646539407557...
2.	2	flow podcast [oficial]	#bolsonaro	1.9M	36.1M	Pró-Bolsonaro	O Brasil é uma Ferrari	4,8M	https://www.tiktok.com/@flowpdc/video/71300166712798937...
3.	3	flow podcast [oficial]	#bolsonaro	1.9M	36.1M	Pró-Bolsonaro	Meteu essa presidente?	4.1M	https://www.tiktok.com/@flowpdc/video/71298885969029562...
4.	4	_rebeca silva	#bolsonaro	304.7K	4M	Pró-Bolsonaro	Ninguem segura o homem	2.8M	https://www.tiktok.com/@_rebecasilva/video/71196815731290...
5.	5	francisco figueiredo	#bolsonaro #l...	1M	25.5M	Pró-Lula	Sem Título	1.5M	https://www.tiktok.com/@figuered0o/video/712991115142036...
6.	6	LULA ✓	#lula	253.3K	4M	Pró-Lula	Sem Título	1.4M	https://www.tiktok.com/@lulanotiktok/video/71359838216981...
7.	7	_rebeca silva	#bolsonaro	304.7K	5M	Pró-Bolsonaro	Estamos Contigo JB	1.2M	https://www.tiktok.com/@_rebecasilva/video/71255743423011...
8.	8	_rebeca silva	#bolsonaro	304.7K	5M	Pró-Bolsonaro	Quando dizem que o Presidente não gosta de mulher...	1.2M	https://www.tiktok.com/@_rebecasilva/video/71258902917473...
9.	9	LULA ✓	#lula	253.3K	4M	Pró-Lula	Sem Título	1.2M	https://www.tiktok.com/@lulanotiktok/video/71333803107077...
10.	10	LULA ✓	#lula	253.3K	4M	Pró-Lula	Sem Título	636.7K	https://www.tiktok.com/@lulanotiktok/video/71250490197552...

Conclusões

- O **TikTok** é uma mídia social de vídeos, que incentiva a postagens de conteúdos culturais como músicas, danças, humor e trends. O [Tik Tok tem políticas próprias para a postagens de discursos políticos](#), embora eles se façam presentes.
- Analisando as hashtags #bolsonaro e #lula, identifica-se um **predomínio da utilização da #bolsonaro**. Nos últimos meses, com o advento do período eleitoral, a **#lula vem ganhando espaço na rede**, mas ainda não é tão popular quanto a #bolsonaro.
- Os conteúdos (vídeos) das duas hashtags apontam que para um amplo **domínio da imagem de Bolsonaro**, mesmo nas postagens que se utilizam da #lula.
- Verifica-se que as campanhas se referenciam e se retroalimentam, no entanto, é a **#bolsonaro** que interliga os principais conteúdos sobre as eleições de 2022.

Conclusões

- Ao analisar os 10 vídeos com maiores quantidades de views sobre as duas hashtags, destacam-se aqueles que apresentam **conteúdo pró-Bolsonaro** (6).
- Os três vídeos mais vistos são provenientes do conteúdo de **cortes** produzidos pela **entrevista de Bolsonaro ao Flow Podcast**.
- Dos seis vídeos com conteúdo pró-Bolsonaro, dois apresentam piadas e referências às mulheres, **satirizando e estereotipando o comportamento feminino**.
- Os vídeos pró-Lula, por sua vez, possuem **características mais típicas de campanha eleitoral**, diferenciando-se daqueles que mencionam seu adversário.

Bibliografia

Bastian M., Heymann S., Jacomy M. (2009). Gephi: an open source software for exploring and manipulating networks. International AAAI Conference on Weblogs and Social Media.

Peeters, S., & Hagen, S. (In press). The 4CAT Capture and Analysis Toolkit: A Modular Tool for Transparent and Traceable Social Media Research. Computational Communication Research, Forthcoming. DOI: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3914892>

Peeters, S. (2022). Zeeschuimer (v1.1). Zenodo. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6845136>

Rogers, R. (2013). Digital Methods. Cambridge: The MIT Press.

Rogers, R. (2021). Marginalizing the Mainstream: How Social Media Privilege Political Information. Front. Big Data 4:689036. DOI: <http://10.3389/fdata.2021.689036>

Coordenação

Prof. Dr. Marcos César Alvarez - Coordenador, NEV/USP

Realização

Pablo Almada - Pesquisador de Pós- Doutorado, NEV/USP

Natasha Bachini - Pesquisadora de Pós-Doutorado, NEV/USP

Agradecimentos

Ao [Digital Methods Initiative \(DMI\)](#) da Universidade de Amsterdam, em especial ao Prof. Dr. Richard Rogers.