



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE  
CENTRO DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS HUMANAS  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

**Janonismo Cultural em 280 Caracteres:  
A Comunicação Agressiva de André Janones Contra o Bolsonarismo no  
Twitter durante o segundo turno eleitoral de 2022.**

Nicole Silva Matos

São Cristóvão  
Abril de 2025.



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE  
CENTRO DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS HUMANAS – CECH  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – DCOS**

**Janonismo Cultural em 280 Caracteres:  
A Comunicação Agressiva de André Janones Contra o Bolsonarismo no  
Twitter durante o segundo turno eleitoral de 2022.**

Nicole Silva Matos

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal de Sergipe, como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda.  
Orientadora: Profa. Dra. Tatiana Güenaga Aneas

São Cristóvão  
Abril de 2025.

Este trabalho é dedicado à Maria Cleide e Maria do Carmo Silva de Santana.

## AGRADECIMENTOS

Agradeço à minha mãe, que nunca me negou o céu e sempre me encorajou a voar para longe, mesmo com seus dois pés fincados ao chão, onde floresce lindamente;

Aos meus irmãos e à minha tia, pelo apoio incomparável e pelo afeto;

Às minhas amigas irmãs, o pedacinho de família com quem divido a casa e a vida;

À minha comunidade de Sergipe; as amadas pessoas que a Publicidade me trouxe e a quem devo a conclusão desta jornada;

Ao mar, por escutar meus lamentos e por me acalantar;

A quem veio antes de mim;

A todos que contribuíram, direta ou indiretamente, para a realização deste trabalho.

## RESUMO

O presente estudo analisa a estratégia de comunicação do político André Janones no X (Twitter) como cabo eleitoral de Lula durante o segundo turno das eleições presidenciais de 2022, investigando como sua abordagem confrontativa contribuiu para a mobilização digital e o engajamento do presidenciável petista. Diferente da estratégia tradicionalmente adotada pela campanha de Luiz Inácio Lula da Silva, Janones incorporou um estilo combativo, caracterizado por contra-argumentação agressiva, ironia e descredibilização dos adversários, elementos que já haviam sido amplamente utilizados pelo homem da família Bolsonaro e apoiadores do bolsonarismo na plataforma.

A pesquisa busca compreender como essa tática comunicacional impactou o debate público na plataforma e se configurou como um elemento estratégico na disputa eleitoral. Para isso, utiliza-se a análise de conteúdo como metodologia, permitindo avaliar a eficácia desse discurso na construção de narrativas políticas e na ativação do eleitorado. O estudo se justifica pela necessidade de compreender as novas dinâmicas da comunicação política e sua influência sobre os processos democráticos, especialmente em um ambiente cada vez mais polarizado como a rede social do bilionário Elon Musk.

**Palavras-chave:** Comunicação Política, Janones, Twitter.

## ABSTRACT

This study analyzes the communication strategy of politician André Janones on X (Twitter) as a campaign advocate for Lula during the second round of the 2022 Brazilian presidential elections, investigating how his confrontational approach contributed to digital mobilization and engagement in favor of the Workers' Party candidate. Unlike the traditional strategy adopted by Luiz Inácio Lula da Silva's campaign, Janones embraced a combative style characterized by aggressive counter-argumentation, irony, and the delegitimization of opponents—elements that had already been widely employed by members of the Bolsonaro family and supporters of bolsonarism on the platform.

This research aims to understand how this communication tactic influenced public debate on the platform and emerged as a strategic element in the electoral contest. To achieve this, content analysis is employed as the methodology, allowing for an assessment of the effectiveness of this discourse in shaping political narratives and mobilizing the electorate. The study is justified by the need to understand the evolving dynamics of political communication and its influence on democratic processes, particularly in an increasingly polarized environment such as billionaire Elon Musk's social media platform.

**Keywords:** Political Communication, Janones, Twitter.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Exemplo de postagem Janones X .....	18
Figura 2 – Exemplo de postagem Janones X .....	19
Figura 3 – Exemplo de postagem Janones X .....	19
Figura 4 – Exemplo de postagem Janones X .....	20
Figura 5 – Exemplo de postagem Janones X .....	24
Figura 6 – Exemplo de postagem Janones X .....	25
Figura 7 – Exemplo de postagem Janones X .....	37
Quadro 1 – Exemplo de postagem Janones X .....	20
Quadro 2 – Exemplo de postagem Janones X .....	22
Quadro 3 – Exemplo de postagem Janones X .....	25
Quadro 4 – Exemplo de postagem Janones X .....	27
Quadro 5 – Exemplo de postagem Janones X .....	29
Quadro 6 – Exemplo de postagem Janones X .....	31
Quadro 7 – Exemplo de postagem Janones X .....	35
Quadro 8 – Exemplo de postagem Janones X .....	36

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>8</b>
	1.1 Referencial Teórico .....	10
<b>2</b>	<b>X E A COMUNICAÇÃO POLÍTICA</b> .....	<b>11</b>
<b>3</b>	<b>O GUERRILHEIRO DIGITAL - TRAJETÓRIA DE JANONES</b> .....	<b>15</b>
<b>4</b>	<b>ABORDAGEM METODOLÓGICA</b> .....	<b>17</b>
<b>5</b>	<b>ANÁLISE DO CONTEÚDO</b> .....	<b>22</b>
	5.1 O Perfil .....	22
	5.2 Discussão .....	34
<b>6</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>38</b>
<b>7</b>	<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>40</b>

## INTRODUÇÃO

André Janones obteve destaque como uma das figuras mais importantes durante o pleito político brasileiro de 2022, no X, graças ao seu estilo de comunicação que contrastava evidentemente do adotado até então pelos estrategistas políticos do candidato à presidência, Lula da Silva, e seus apoiadores. Divergindo da retórica de "paz e amor", o autodenominado guerrilheiro digital desempenhou um papel crucial na definição de uma eleição acirrada, contra o candidato que até então dominava de forma quase unânime o palanque eleitoral da rede social X (antigo Twitter) Jair Bolsonaro. Não resta dúvida de que a abordagem de Janones ao confrontar a resistência em apoio a Lula foi um dos fatores que contribuíram para a fomentação discursiva dentro da plataforma e, conseqüentemente, a vitória do presidente atual do país. Aproveitando uma plataforma de rede social onde a diversidade de opiniões e a variedade infinita de formas de coexistência são os principais atrativos para seus milhões de usuários, qual foi a grande tática empregada pelo deputado? A contra argumentação hostil.

Diante do exposto, é crucial analisar como o discurso de caráter mais agressivo adotado por Janones durante a campanha eleitoral se assemelha à forma de comunicação há muito empregada pela família Bolsonaro na rede social X, mas que teve seu deslanchar na campanha eleitoral de 2018, ano em que o ex-presidente Jair Bolsonaro conquistou a eleição. Isso se torna de extrema necessidade para entender as dinâmicas de comunicação política implementadas na plataforma de 280 caracteres.

Este trabalho tem como objetivo analisar as postagens do político André Janones no X (Twitter) durante o segundo turno das eleições, investigando como seu uso de um discurso expressivo – frequentemente associado ao bolsonarismo em termos de estratégia e linguagem – contribuiu para o engajamento digital e favoreceu a campanha de Luiz Inácio Lula da Silva.

A problemática do estudo baseia-se em entender como o parlamentar adotou um estilo de comunicação agressivo, semelhante ao de seus opositores, mas com diferenças em relação ao discurso do clã Bolsonaro.

Justifica-se nesta pesquisa, a importância de compreender o papel da comunicação política nas eleições contemporâneas, especialmente no contexto da rede social onde o debate político acontece constantemente.

A metodologia empregada será a de análise de conteúdo, permitindo uma investigação sobre o impacto e a eficácia da comunicação de Janones na mobilização digital, considerando o nível de engajamento alcançado e as características específicas de sua abordagem discursiva em comparação aos adversários.

## REFERENCIAL TEÓRICO

Manuel Castells (2009) introduz o conceito de 'sociedade em rede', no qual argumenta que a comunicação por meio da internet tem ganhado cada vez mais visibilidade e se tornado uma fonte de poder, devido à sua capacidade de moldar a percepção das pessoas. Esse conceito se torna evidente no cenário político brasileiro contemporâneo, onde as redes sociais não apenas se consolidaram como o principal canal de interação entre parlamentares e eleitores, mas também redefiniram a forma como o debate público é conduzido.

No entanto, essa dinâmica ocorre em grande parte, de maneira negativa, desafiando os princípios da comunicação política convencional. Ao invés de fomentar um espaço para o diálogo democrático e a troca de ideias com fundamentos, as redes sociais frequentemente amplificam discursos polarizados, favorecendo narrativas emocionais simples, que muitas vezes (ou sempre) nublam o pensamento crítico. Isso resulta em um ambiente onde o embate ideológico se sobrepõe à construção de um debate sobre cidadania, dificultando o acesso a informações verdadeiras e comprometendo a capacidade de discernimento dos eleitores. Dessa forma, as plataformas digitais, ao invés de serem apenas instrumentos de comunicação, se tornam também espaços estratégicos de disputa de poder, influenciando a opinião pública e os rumos políticos do país. Essa teoria se comprova com a existência do movimento Bolsonarista na rede social twitter, em 2018, fenômeno elucidado por Santos et al. (2020) em seu estudo intitulado “O clã Bolsonaro e o Twitter: comunicação política e influência na rede social”.

Com base nos estudos mencionados, este trabalho se concentra na análise da estratégia de comunicação de André Janones. Ele usa sua plataforma e seu papel como parlamentar e como frente comunicacional de Lula na plataforma para desafiar o movimento bolsonarista na rede social X. Ao optar por esse confronto direto, Janones consegue criar um laço de identificação com os opositores indecisos, utilizando a negatividade do discurso como uma ferramenta estratégica. No cenário eleitoral, essa tática se revela eficiente, pois fortalece a presença digital do candidato Lula, aumentando seu engajamento e possivelmente, ajudando na conquista de votos durante a reta final.

## X E A COMUNICAÇÃO POLÍTICA

A comunicação política brasileira, desde o início da análise voltada para essa área, sempre demonstrou que o marketing político, o discurso e a maneira de “tocar” o eleitorado assumidos pelos parlamentares, eram obviamente seus grandes trunfos na corrida eleitoral e que careciam de serem estudados, como elucida Vera Chaia:

O processo eleitoral brasileiro deve ser compreendido incorporando a análise dos impactos que os meios de comunicação de massa fazem recair sobre a política e a sociedade. Ganhando importância a cobertura que a mídia faz deste processo, colocam-se Investigações sobre comunicação política no Brasil várias questões como a adaptação do candidato às regras da comunicação de massa e a influência na decisão de voto do eleitor (Vera Chaia, 2007).

Com a ascensão das redes sociais como ferramentas políticas, conhecidas como *microssistemas* (José Van Dijck, 2006), tornou-se evidente que os discursos dos políticos não se limitavam aos palanques físicos e às “mass media”. Os estilos de comunicação passaram a refletir em suas interações com o público, variando desde discursos eloquentes e gramaticalmente corretos, como o caso do ex-presidente Michel Temer, até os de rápida absorção, onde a utilização de termos mais vulgares e grosseiros eram incorporados, como é o caso do atual ex presidente Jair Bolsonaro. O estilo de fala deste último citado, chamou a atenção não apenas de seu eleitorado, mas de toda pessoa que o escutava, lia ou via, principalmente pelas frases alegóricas e pouco esquecíveis, sendo uma delas, por exemplo, uma convocação à chacina do grupo político adversário que viralizou em todas as redes sociais, sendo a principal delas, o X.

O X (antigo twitter) é uma plataforma que há anos, já não funciona apenas como a sua função primordial, a de ser uma rede voltada para acomodar múltiplos mini-sites e pequenos textos que funcionam unicamente para a conversação entre comunidades. A rede social dos dias em vigência, funciona como campo de estudo para os mais diversos âmbitos de pesquisa, por fazer com que os mais variados tópicos sociais entrem em pautas longas e extremamente bem comentadas, dando ressonância a assuntos que, muitas vezes, são expostos em outras mídias sociais,

num processo conhecido por narrativa transmídia, proposto por Henry Jenkins (2003).

De acordo com Parlamee e Bichard (2012), a utilização desta plataforma apresenta três objetivos que se destacam na vida política dos que seguem líderes ou lideranças políticas: (1) trata-se de uma forma de obter informação política rápida e sem filtros; (2) preenche a necessidade dos que desejam ser parte do processo político e não só receptores de informação; e (3) é uma ferramenta de negócio para quem trabalha com política ou faz a cobertura de notícias políticas. No campo político brasileiro, a plataforma mostrou-se uma poderosa arma utilizada durante a maior parte da vida política do ex-presidente brasileiro Jair Messias Bolsonaro, que, angariou votos através de seu discurso expressivo, conservador e com grande poder de repercussão.

Vale destacar que o Congresso conservador é um microcosmo da sociedade brasileira que encontra em Bolsonaro a representatividade não ocupada por nenhuma outra personagem política de direita. Essa cadeira vazia do conservadorismo foi ocupada por Jair Bolsonaro, que com seu discurso entendeu que uma grande parcela da população dava claros indícios de querer uma personagem política com valores voltados ao passado: pátria, família e Deus (Santos et al, 2020, p. 3).

Esse discurso centrado nos três pilares conservadores fez com que uma onda de apoiadores que partilhavam dessa mesma mentalidade se aliassem ao posicionamento do (até então) candidato, ocasionando o despertar dos que não comungavam das idéias da oposição no cenário político de 2018, levando a vitória das eleições entre Jair Messias Bolsonaro e Fernando Haddad ao ex-militar. Nos quatro anos vindouros, a plataforma firmou-se como uma das principais (juntamente com *instagram* e *facebook*) fontes de conteúdos sobre os passos do presidente, suas decisões sobre a população brasileira e, obviamente, também uma arena de debate contra a liderança política em vigência.

O discurso é, portanto, a própria arena do conflito, assim como objetivo desta, visto que ele consolida relações definidoras de elementos. Em qualquer conflito social, existem atores disputando a forma como as relações entre elementos são concebidas de modo a dotá-los de sentido. O

confronto advém da exposição da precariedade das relações que dotam o mundo de sentido, na medida em que engendra o antagonismo. Mas essa precariedade diz respeito não apenas às relações entre os termos de uma articulação: ela afeta os próprios termos, visto que o significado destes não precede às articulações, mas advém delas (Fabrino Mendonça; Abreu; Sarmiento, 2021).

Segundo Recuero (2009), há quatro valores que podem ser construídos pelas redes sociais: a visibilidade (que auxilia a manutenção de laços sociais e faz tornar-se conhecido), a reputação (as impressões que um ator social tem do outro), a popularidade (descrita pelo número de comentários e tamanho da audiência) e autoridade (quantidade de citações, menções e retweets, além da capacidade de gerar conversações). Fundamentados nesses quatro valores, não apenas os perfis da família Bolsonaro se sustentaram, mas também de todos os seus apoiadores. O discurso agressivo, o uso excessivo de zombaria para tratar de assuntos de importância nacional e até mesmo mundial e a maneira indecente de utilizarem as palavras nos tweets sobre os temas de maior audiência no país, foram algumas das formas de identificação desse grupo nos quatro anos após a eleição conquistada, porém, intensificou-se durante o novo pleito eleitoral de 2022. Como dito por Santos et al. (2020) referindo-se aos homens da família Bolsonaro em suas respectivas contas no atual X:

O volume de tweets dos quatro políticos [...] demonstrou que o Twitter é um canal importante de comunicação política e também eleitoral. Ou seja, em ano eleitoral há uma preocupação de divulgação de campanha e da imagem dos políticos com um pouco mais de preocupação em relação ao ano ou período não-eleitoral (Santos et al. 2020).

Esse grande volume de *tweets* compõe-se em sua maioria por imagens, resposta ao eleitorado, vídeos e críticas aos partidos esquerdistas em boa parte deles, sempre sem preocupação alguma sobre a fidedignidade de tais informações que propagavam online para seus apoiadores. As *fake news*, o maior trunfo utilizado durante a corrida presidencial antecedente, voltaram a aparecer com força total no período de 2022. “As *fake news*, assim, não se tratam apenas de informações pela metade ou mal apuradas, mas de informações falsas e intencionalmente

divulgadas, para atingir interesses de indivíduos ou grupos” (Recuero & Gruzd, 2019).

Com Jair Bolsonaro já estabelecido como uma figura dominante no palco eleitoral, surgiu a necessidade urgente de organização por parte da oposição, que se encontrava dispersa na disputa dentro da plataforma. Isso se tornou evidente diante do alarmante sucesso contínuo da frente direita liderada pela família Bolsonaro, mesmo após anos no poder e inúmeras discussões sobre a veracidade das informações compartilhadas por eles. A contrapartida do discurso sinuoso continuava a ser o discurso comedido e embasado unicamente numa abordagem mais branda, em que a “verdade” deveria ser estabelecida, numa linguagem polida e que não se conectava com as massas da mesma maneira da adotada pelo Clã Bolsonaro (Santos et al. 2020).

Maria Helena Weber (1999, p.123) assegura que: “os movimentos da política na contemporaneidade disputam, cada vez mais intensamente, espaços de visibilidade mediática usando complexas estratégias para viabilizar relacionamentos e produzir informações com potencialidade para repercutir”. Dentro do contexto que se delineava, uma figura previamente desconhecida entre as várias personalidades políticas influentes na plataforma X emergiu, adotando um estilo de comunicação e confronto até então inédito na esfera da esquerda brasileira, o deputado federal André Janones.

## O GUERRILHEIRO DIGITAL - A TRAJETÓRIA DE JANONES

Nascido em Ituiutaba, em 5 de maio de 1984, filho de Divina Gaspar Janones, André Luis Gaspar Janones conseguiu seu primeiro emprego como cobrador de ônibus e se manteve nessa ocupação entre o período de 2003 a 2005. Em 2004, conseguiu uma bolsa de estudos na Fundação Educacional de Ituiutaba, hoje Universidade do Estado de Minas Gerais. Em 2005, passou a atuar como escrevente no Tribunal de Justiça do Estado de Minas Gerais, em Ituiutaba. Três anos mais tarde, no ano de 2008, foi aprovado no exame da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) e a partir disso, pôde constituir seu escritório André Janones & Advogados Associados.

Dando início a sua vida política, no ano de 2016 o Advogado se candidatou a prefeitura de sua cidade natal, mas terminou ocupando o segundo lugar, com 13 759 votos. Sua notoriedade nas redes sociais se deu a partir da Greve dos Caminhoneiros no Brasil, ao se autoproclamar como uma das principais vozes de exportação do movimento para o resto do país, feito que resultou em sua eleição como Deputado Federal no mesmo ano. Em 2022, o deputado mineiro André Janones foi anunciado por seu partido, o Avante, como candidato à eleição presidencial. No entanto, sete meses depois, optou por retirar sua candidatura para apoiar o candidato do Partido dos Trabalhadores, Lula. Sua participação na campanha não se limitou a um simples apoio; ele se tornou uma das principais vozes na linha de frente da disputa, se não a maior, utilizando sua expertise em comunicação digital já conhecida para ampliar o alcance das mensagens e fortalecer a base de eleitores do então candidato. Sua estratégia, frequentemente descrita como um “bolsonarismo de esquerda”, baseava-se em uma abordagem combativa nas redes sociais, voltada para mobilizar eleitores e rebater adversários políticos de forma incisiva e igualitária, apesar de seu número de seguidores na época ser significativamente menor que o da maior parte de seus opositores.

Apesar de nos anos anteriores sua presença eleitoral ter se concentrado principalmente nas redes sociais *Instagram* e *Facebook*, em 2022, Janones direcionou significativa atenção ao X, que mais tarde se tornou o principal foco de sua campanha contra as investidas da oposição. Autodenominando-se como

“guerrilheiro digital”, o deputado assumiu a frente da campanha do até então presidenciável Luiz Inácio e fez com que toda a comunicação através da rede social ganhasse novo fôlego.

Mas o que de fato é a guerrilha digital de Janones? Cinco meses após a vitória não só de Lula da Silva, mas também do próprio advogado, que foi reeleito em seu estado, Minas gerais recebendo a segunda maior quantidade de votos dos mineiros, 230.108, com 95,72% da apuração, o parlamentar juntou-se ao Instituto Conhecimento Liberta, onde ministrou uma aula intitulada “Guerrilha Digital”, aula essa em que André fala sobre as estratégias utilizadas por ele e como fez para que a campanha funcionasse da maneira que deveria acontecer. O político conceitua suas estratégias como “Marketing de Permissão”:

O marketing de permissão é feito em dois passos. Primeiro distribui conteúdo de valor (em vídeo, texto ou imagem) para criar uma conexão e construir um relacionamento com o público, e só depois solicita algum tipo de ação, seja a compra, o compartilhamento do conteúdo ou o apoio político (JANONES, aula do dia 30 de março de 2023, ICL.).

Janones apropria-se de um discurso onde a forma de expressar suas opiniões são interpretadas como algo exasperado e até mesmo agressivo, se comparado com o tom normalmente utilizado por seus companheiros de corrida política. O marketing da permissão, segundo o parlamentar, baseia-se em duas peças fundamentais que foram desenvolvidas a partir da observação de como funcionam as redes sociais: Verdade e Velocidade. Ainda na aula concedida ao ICL, Janones destrincha sobre os grandes possibilitadores de sua campanha bem sucedida e conclui que três foram as chaves para a vitória do Partido dos Trabalhadores, a partir das redes: 1) Intimismo 2) Centralização da comunicação e 3) Massificação da mensagem.

O primeiro ponto trata-se da aproximação entre o candidato político e seu público, fazendo com que esse telespectador sinta-se parte ativa da campanha. O segundo ponto, como dito por Janones, revela sobre a centralização da campanha, a necessidade de todos os atores políticos repetirem sobre a mesma pauta, o mesmo assunto. Por fim, o parlamentar elucida que um conteúdo realmente bom, de

valor, deve ganhar espaço na vida do eleitor e, por essa razão, a disseminação de informações em grande quantidade faz o terceiro ponto.

## **ABORDAGEM METODOLÓGICA**

O presente trabalho obteve como objetivo principal analisar a estratégia adotada pelo político André Janones na rede social X durante o segundo turno das eleições presidenciais de 2022, focando em seu estilo de comunicação na plataforma. Para alcançar essa compreensão, a análise de conteúdo foi empregada como metodologia, proporcionando a base necessária para uma decupagem detalhada e precisa, essencial para o desenvolvimento e a definição dos objetivos desta pesquisa.

A análise de conteúdo é um método de pesquisa que providencia meios objetivos e sistemáticos para fazer inferências válidas de dados verbais, visuais ou escritos para descrever e quantificar fenômenos específicos.[...] Análise de conteúdo é mais que um jogo de soma; ela se preocupa com significados, intenções, consequência e com o contexto (Downe-Wamboldt, 1992, p.314).

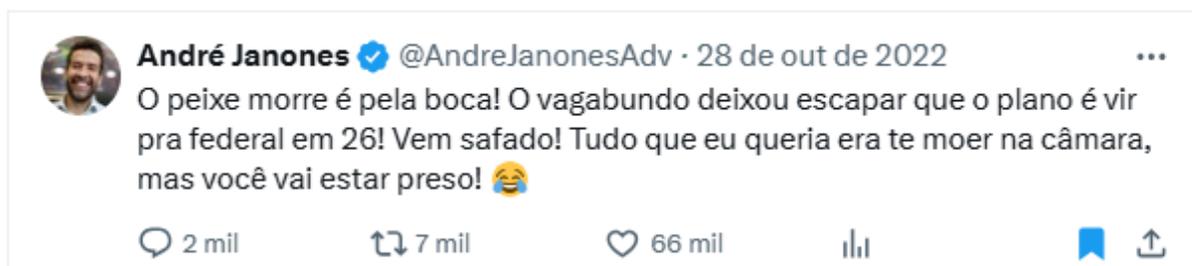
Entre as arenas públicas online, o Twitter se destaca como o principal e mais estruturado espaço de debate. Sua relevância decorre da ampla participação de indivíduos e políticos influentes, que impulsionam constantemente a discussão e a disseminação de informações políticas em diversas redes da plataforma. (Small, 2010; Yardi, Boyd, 2010; Tumasjan et al., 2011). Na rede social onde o político mineiro acumula 1.113.054 seguidores, a coleta de dados para o corpus de análise abrange todas as postagens feitas pelo parlamentar entre os dias 2 e 30 de outubro, período pós-primeiro turno, quando a campanha se intensificou exponencialmente em função da incerteza sobre o resultado, desconsiderando *retweets* e *likes* feitos pelo político. A coleta de dados foi realizada a partir do acesso ao perfil pessoal da pesquisadora, abrangendo um total de 201 postagens, que foram devidamente analisadas e armazenadas para referência. No entanto, para fins de exposição e aprofundamento da análise, foram selecionadas 24 postagens que melhor representavam os padrões discursivos observados. A seleção dessas publicações

levou em consideração sua relevância dentro do contexto da pesquisa, garantindo uma amostra equilibrada e significativa para embasar as discussões ao longo do trabalho. Definido o *corpus* de análise, o passo seguinte passa a ser o da análise do conteúdo, tida por Bardin, Como:

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção [...] destas mensagens. (Bardin, 1977, p. 42).

Para a construção da análise, foi essencial estabelecer categorias de base que facilitassem a organização e a compreensão dos dados coletados. Para isso, palavras-chave serão utilizadas como ferramenta de apoio, com a finalidade de mapear e categorizar as diferentes nuances do discurso do parlamentar durante o período estipulado. Este processo visou analisar de maneira mais aprofundada as postagens de André Janones no X, com especial atenção ao conteúdo e ao impacto gerado por cada tipo de mensagem. Os indicadores iniciais selecionados para essa análise foram os seguintes: **a) Discurso ofensivo:**

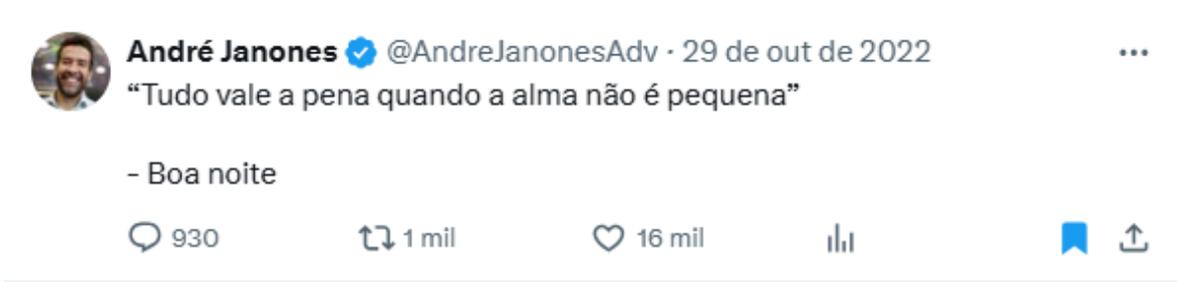
**Figura 1-** Exemplo de post



Fonte: Reprodução do perfil @AndreJanonesAdv, 2025.

**b) Discurso apaziguador:**

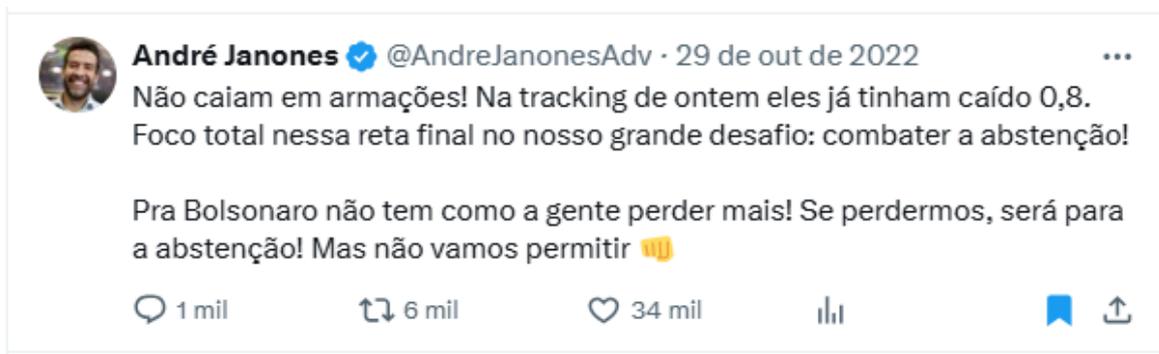
**Figura 2-** Exemplo de post



Fonte: Reprodução do perfil @AndreJanonesAdv, 2025.

### c) Discurso factual:

**Figura 3-** Exemplo de post



Fonte: Reprodução do perfil @AndreJanonesAdv, 2025.

### d) Discurso persuasivo:

**Figura 4-** Exemplo de post



Fonte: Reprodução do perfil @AndreJanonesAdv, 2025.

Cada um desses indicadores foi escolhido para refletir diferentes aspectos do discurso político do parlamentar, permitindo uma análise mais abrangente de sua comunicação e do engajamento obtido em cada um dos indicadores. A discussão segue a lógica de destacar o conteúdo essencial das publicações, evidenciando as categorias, ao fim.

### Quadro 1- Categorização de Temáticas Estratégicas

<b>Categorias</b>	<b>Comunicação Confrontativa</b>	<b>Comunicação Neutra</b>
Indicadores	Discurso ofensivo	Discurso factual
	Discurso persuasivo	Discurso apaziguador

Fonte: a autora, 2025.

Os indicadores foram organizados com base em sua relevância para a pesquisa e agrupados de acordo com o conjunto de características semelhantes,

resultando, assim, em duas categorias finais. Essas categorias foram estruturadas de maneira a responder diretamente à pergunta disparadora da pesquisa, permitindo uma análise mais precisa do impacto das diferentes postagens e das estratégias discursivas adotadas por Janones ao longo do período do segundo turno na rede social de Elon Musk.

## ANÁLISE DO CONTEÚDO - A GUERRILHA DO SEGUNDO TURNO DENTRO DO X

### O PERFIL

Neste capítulo, serão apresentados os resultados da análise e a discussão de conteúdo do corpus da pesquisa. Partimos da observação geral dos dados, que incluem as publicações no perfil de André Janones referentes a janela de tempo entre os dias 2 e 30 de outubro do ano de 2022, período de reorganização e foco absoluto para o segundo turno da disputa eleitoral entre Luiz Inácio e Jair Messias. As publicações no feed contabilizam um total de 201 publicações recolhidas do perfil do advogado pela autora da pesquisa, sendo 24 postagens desse material, a amostra utilizada neste trabalho.

**Quadro 2-** Mapeamento de postagens

Publicação	Data	Likes	Comentários	retweets	Tipo
1	09/10/2022	62 mil	20 mil	5 mil	Discurso Ofensivo
2	13/10/2022	41 mil	4 mil	2 mil	Discurso Ofensivo
3	28/10/2022	40 mil	1 mil	3 mil	Discurso Ofensivo
4	28/10/2022	66 mil	2 mil	7 mil	Discurso Ofensivo
5	29/10/2022	28 mil	3 mil	1 mil	Discurso Ofensivo
6	29/10/2022	46 mil	3 mil	3 mil	Discurso Ofensivo
7	29/10/2022	68 mil	10 mil	3 mil	Discurso Ofensivo
8	02/10/2022	5 mil	160	494	Discurso apaziguador
9	03/10/2022	28 mil	1 mil	1 mil	Discurso apaziguador

10	18/10/2022	58 mil	4 mil	8 mil	Discurso apaziguador
11	02/10/2022	5 mil	160 comentários	494 repostagens	Discurso apaziguador
12	02/10/2022	38 mil	2 mil	2 mil	Discurso apaziguador
13	04/10/2022	23 mil	1 mil	3 mil	Discurso factual
14	09/10/2022	12 mil	3 mil	2 mil	Discurso factual
15	20/10/2022	19 mil	1 mil	3 mil	Discurso factual
16	28/10/2022	34 mil	1 mil	3 mil	Discurso factual
18	18/10/2022	58 mil	7 mil	4 mil	Discurso persuasivo
19	24/10/2022	54 mil	7 mil	13 mil	Discurso persuasivo
20	24/10/2022	22 mil	6 mil	2 mil	Discurso persuasivo
21	07/10/2022	88 mil	9 mil	20 mil	Discurso persuasivo
22	24/10/2022	74 mil	6 mil	6 mil	Discurso persuasivo
23	24/10/2022	31 mil	3 mil	6 mil	Discurso persuasivo
24	13/10/2022	14 mil	841 comentários	1 mil	Discurso persuasivo

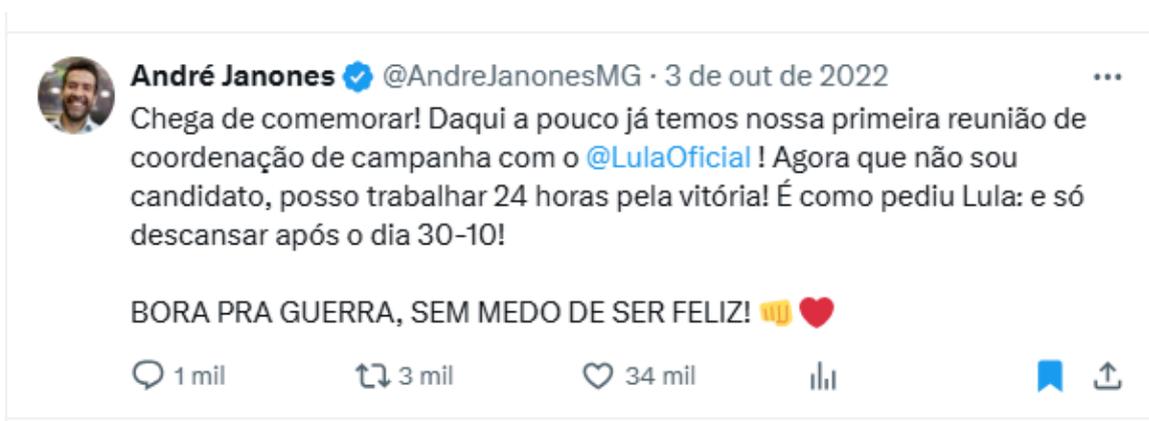
Fonte: a autora, 2025.

Iniciando a descrição geral do perfil do parlamentar, Janones foi tido como um fenômeno no X, antigo twitter, justamente durante o período eleitoral de 2022, pelo seu desempenho de combate diante os adversários. Alcunhado de “cachorro louco” e “Carluxo da esquerda”, O mineiro, que anteriormente concentrava sua atuação nas redes sociais da *Meta*, se adaptou rapidamente ao formato dinâmico e direto do

Twitter. Apesar de sua ascensão nacional entre os apoiadores de Lula ter ocorrido apenas três meses antes das eleições, Janones conseguiu consolidar sua figura na plataforma, utilizando uma comunicação combativa e de alto engajamento. Esse cenário contrasta com o de seus principais adversários, os integrantes da família Bolsonaro, que já possuíam uma base sólida no Twitter e uma estratégia política bem estabelecida. Desde 2018, o clã bolsonarista utilizou a rede como peça-chave para disseminar sua agenda e consolidar sua influência, como analisado por Santos et al. (2020).

Em 2022, em sua plataforma, Janones utiliza de jargões chamativos e palavras-chave estratégicas para alcançar a curiosidade de novos apoiadores de esquerda, mas também a ira daqueles que apoiam o candidato concorrente de Lula. Com uma média de 7,1 *tweets*, por dia, o parlamentar utiliza de uma linguagem acessível e de simples compreensão, algo adequado para a rede social e que facilita a veiculação em outras plataformas. No início do segundo turno, Janones direciona seus esforços para transmitir uma imagem de positividade e esperança aos eleitores do candidato que apoia, deixando sua própria reeleição como deputado em segundo plano. Sua estratégia se fundamenta na vantagem conquistada por Lula na primeira fase, reforçando a narrativa de que a vitória era possível, apesar do cenário de empate técnico com Bolsonaro. Dessa forma, ele utiliza sua comunicação para manter a mobilização do eleitorado e fortalecer o engajamento na reta final da campanha.

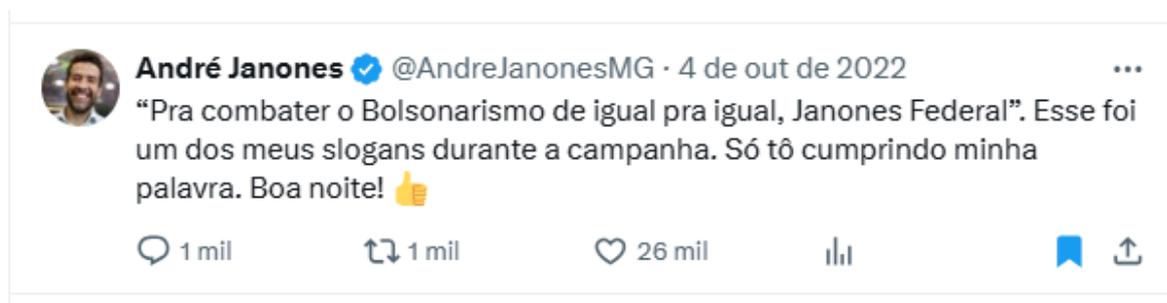
**Figura 5-** Exemplo de post



Fonte: Reprodução do perfil @AndreJanonesAdv, 2025.

Esse tom se manteve por mais dias, onde o discurso permeou pela neutralidade, como um levante popular. O próprio Janones faz referência direta ao tema da pesquisa, ao referenciar seu slogan de campanha, onde cita combater o Bolsonarismo de igual para igual e isso se mantém após a própria eleição, em um momento onde sua atenção se volta exclusivamente para a eleição de Lula da Silva, um movimento estratégico para a também reafirmação de seu caráter, sendo um “homem de palavra”.

**Figura 6-** Exemplo de post



Fonte: Reprodução do perfil @AndreJanonesAdv, 2025

O alto nível de engajamento especialmente em relação as curtidas, evidencia o sucesso da estratégia adotada pelo parlamentar, seu termômetro para que seguisse mantendo o “Janonismo” em atividade.

## INDICADORES

**Quadro 3** – Publicações da categoria Comunicação Confrontativa

<b>COMUNICAÇÃO CONFRONTATIVA</b>			
Discurso ofensivo			
Postagem	Likes	Retweets	Comentários
<p>“Só pra conferir: continuo autorizado a açoitar o gado? Se sim, digitem:</p> <p>JANONES EU AUTORIZO</p> <p>Bora testar nossa</p>	62 mil	5 mil	20 mil

força!”			
“O cachorrinho da Bolsonaro não quer mais brincar!”	41 mil	4 mil	2 mil
“BURRO! Caiu na isca da vacina!”	40 mil	3 mil	1 mil
“O peixe morre é pela boca! O vagabundo deixou escapar que o plano é vir pra federal em 26! Vem safado! Tudo que eu queria era te moer na câmara, mas você vai estar preso!”	40 mil	3 mil	1 mil
“Gente, eu juro que eu quero ir dormir, mas a vontade de macetar o gado por aqui tá falando mais alto! Kkkkkkkkk”	46 mil	3 mil	3 mil
“Pro azar da bandida e do pedófilo, tem uma emissora de televisão comigo 24 horas por dia, há quase uma semana, produzindo uma série sobre a democracia. Tudo que está ocorrendo está registrado pra história! E por falar em história, como é bom estar do lado certo dela!”	28 mil	3 mil	1 mil

"Bolsonaro será um presidiário que, graças a uma armação, um dia foi presidente. Lula será um presidente que, graças a uma armação, um dia foi presidiário!"	66 mil	10 mil	3 mil
--	--------	--------	-------

Fonte: a autora, 2025.

Dentre as publicações do congressista, observou-se uma constância de uso de palavras pejorativas, referindo-se sempre aos homens Bolsonaro ou seus mais fieis apoiadores. “Vagabundo”, “safado”, burro” e “cachorro”, são alguns dos adjetivos mais utilizados pelo parlamentar, quando referindo-se aos opositores diretos de Luiz Inácio. Tendo em vista a conquista de votos durante a reta final das eleições, a utilização de um discurso polêmico e inflamado foi mais do que bem vindo, quando analisado o engajamento de cada post deste indicador, nenhum tendo menos de 20 mil curtidas e 2 mil republicações. O número expressivo de comentários abaixo da postagem onde o mineiro insinua que ao ser autorizado pelos seus seguidores continuaria surrando os apoiadores de Bolsonaro, também se mostra um forte indício da preferência pela comunicação polemizada. A persona combativa e gemelar de Carlos Bolsonaro, o responsável pela campanha nas redes sociais do presidenciável Jair Messias (Santos, at. Al, 2020), surtiu um efeito positivo dentro da comunidade de pessoas não votantes do ex-presidente, tendo como indício e prova, a quantidade expressiva de interações.

A recorrência desse tipo de abordagem em diferentes datas durante o pleito eleitoral, sugere que o uso de um discurso polarizado pode atuar como um catalisador para interações massivas na rede social X, especialmente em períodos de intensa disputa política.

#### Quadro 4 – Publicações da categoria Comunicação Neutra

<b>COMUNICAÇÃO NEUTRA</b>			
Discurso apaziguador			
Postagem	Likes	Retweets	Comentários

<p>“Acaba de sair nossa penúltima tracking dessa campanha! Pela cara do Lula vendo vocês imaginam como é que tá!</p> <p>Tic tac tic tac tic tac”</p>	28 mil	4 mil	1 mil
<p>“1 MILHÃO DE PESSOAS! Quebramos a internet! Que venham os robôs, porque do lado de cá tem um exército de gente de verdade!</p> <p>ESSE É O TAMANHO DA DEMOCRACIA DO NOSSO PAÍS!”</p>	58 mil	8 mil	4 mil
<p>“Amanhã mesmo que uns não queiram, será de outros que esperam ver o dia raiar. Amanhã, ódios aplacados, temores abrandados, será pleno, será pleno...”</p>	5 mil	494 repostagens	160 comentários
<p>“O que nós vamos fazer nas redes e nas ruas nesse segundo turno vai ficar pra história!!!”</p>	38 mil	2 mil	2 mil
<p>“ Pois vejo vir vindo no vento o cheiro da nova estação...”</p> <p>O BRASIL JÁ ESTÁ FELIZ DE NOVO!”</p>	9 mil	669 repostagens	400 comentários

Fonte: a autora, 2025.

Com base na definição do dicionário Priberam, o verbo “apaziguar” significa “tornar ou ficar calmo ou pacífico”, sendo sinônimo de acalmar, aquietar, pacificar,

serenar e tranquilizar. Essa ideia de apaziguamento se reflete em algumas das publicações do parlamentar, especialmente naquelas que apresentam um tom mais otimista e confiante quanto ao resultado das eleições. As postagens com maior engajamento numérico demonstram uma correlação direta com essa perspectiva de vitória certa, reforçando uma narrativa de esperança e segurança para a base do futuro presidente e sua própria, também.

Em sua publicação de maior interação, o ex-deputado petista enfatiza a humanidade dos eleitores de Lula, os descrevendo como indivíduos de carne, osso e sentimentos, em contraponto à imagem dos apoiadores de Bolsonaro, retratados como figuras frias e desprovidas de emoções. Além disso, sugere que a intensa movimentação digital da campanha bolsonarista não passa de uma construção artificial, impulsionada por uso de robôs para inflar engajamento e manipular a percepção pública. Dessa forma, a postagem não apenas reafirma a legitimidade do apoio ao candidato petista, como também questiona a autenticidade da mobilização online de seu principal adversário. O parlamentar também faz referência ao impacto esperado para o segundo turno das eleições presidenciais, sem negligenciar a importância da comunicação direta com o público, um elemento essencial tanto para uma estratégia política eficaz quanto para a própria identidade de Lula da Silva, cujo a trajetória é marcada por uma postura estadista e uma forte conexão com a população.

**Quadro 5 – Publicações da categoria Comunicação Neutra**

<b>COMUNICAÇÃO NEUTRA</b>			
Discurso factual			
Postagem	Likes	Retweets	Comentários
“Nós não vamos nos igualar a ninguém. Nós seremos “piores”, por uma única razão: as informações SÃO VERDADEIRAS e como dizem “conhecereis a verdade ela vos libertará” João 8:32.”	23 mil	3 mil	1 mil

<p>“Pra quem disse que era Fake News! Está aí! Me desmintam agora!!!!”</p>	12 mil	2 mil	3 mil
<p>“Se a semente do Bolsonarismo é a mentira, a do Janonismo é a dúvida!</p> <p>Espero que agora vocês consigam compreender tudo que está sendo feito!”</p>	19 mil	3 mil	1 mil
<p>“Não caiam em armadilhas! Na tracking de ontem eles já tinham caído 0,8. Foco total nessa reta final no nosso grande desafio: combater a abstenção!</p> <p>Pra Bolsonaro não tem como a gente perder mais! Se perdermos, será para a abstenção! Mas não vamos permitir”</p>	34 mil	6 mil	1 mil

Fonte: a autora, 2025.

Nessa sequência de postagens, Janones demonstra uma preocupação constante em reafirmar a verdade e desmentir informações falsas que circulam durante a campanha. No primeiro exemplo, ele adota uma estratégia discursiva que o aproxima do eleitorado ao falar na terceira pessoa, uma técnica política recorrente que reforça a ideia de identificação com o povo. Ao mesmo tempo, busca se diferenciar do bolsonarismo, enfatizando que sua abordagem se baseia na transparência e na veracidade dos fatos, contrastando com a estratégia adversária. Ainda assim, mesmo ao desmentir fake news, o parlamentar mantém seu tom inflamado, recorrendo a expressões pejorativas para reforçar sua indignação e desqualificar seus opositores.

Na construção de sua estratégia de discursão, Janones explora a desconfiança com um disparador de engajamento, se contrapondo que ele define

como a base do bolsonarismo: a mentira, ao afirmar que sua abordagem se sustenta na dúvida, o parlamentar sugere que, enquanto seus adversários políticos recorrem à desinformação para mobilizar eleitores, sua estratégia se apoia na reflexão e no questionamento das narrativas impostas. Esse posicionamento não apenas reforça sua identidade política como opositor direto do bolsonarismo, mas também instiga seu público a enxergar além do discurso oficial, incentivando a incerteza como ferramenta de combate à manipulação política.

**Quadro 6** – Publicações da categoria Comunicação Confrontativa

<b>COMUNICAÇÃO CONFRONTATIVA</b>			
Discurso persuasivo			
Postagem	Likes	Retweets	Comentários
“Será que o <a href="#">@CarlosBolsonaro</a> ainda quer brincar de ver quem tem mais força nas redes?”	58 mil	4 mil	7 mil
“Propus ao <a href="#">@CarlosBolsonaro</a> nós dois abríamos mão dos nossos sigilos bancários, fiscais, telefônicos e de dados no processo em que estamos sendo investigados. Ele ainda não respondeu, talvez não tenha visto, então subam:  RESPONDE O JANONES CARLUXO”	54 mil	13 mil	7 mil

<p>“Quando encontra uma criança: “Pintou um clima”</p> <p>Quando é questionado em um debate : “Vera você dorme pensando em mim”</p> <p>Com familiares de mortos pela COVID: “Não sou coveiro porra”</p> <p>Quando vê que vai perder a eleição: “estou com danos psicológicos”</p> <p>RESPONDE O JANONES CARLUXO!”</p>	22 mil	6 mil	2 mil
<p>“Aqui está minha estrutura milionária! Agora mostra a sua @CarlosBolsonaro! Abro mão dos meus sigilos fiscais, bancários, telefônicos e de dados se você fizer o mesmo! Bora ???”</p>	88 mil	20 mil	9 mil
<p>“Eu prometo trabalhar MUITO pra que essa cena se repita diariamente até o próximo dia 30!</p> <p>Boa noite jovens!”</p>	74 mil	6 mil	6 mil
<p>“Cadê a família de valentões? Cadê o imbrochável? Cadê o fodão que ia fechar o STF com um soldado e um cabo?</p> <p>RESPONDE O JANONES CARLUXO”</p>	31 mil	6 mil	3 mil

<p>“Twitter é só “status”, o mundo real está no face e, principalmente, no WHATSAPP, nos grupos do futebol, da família, da Igreja, da academia, da faculdade e etc! Não esqueçam disso tá ok? Bora pra cima porque É GUERRA!”</p>	<p>14 mil</p>	<p>1 mil</p>	<p>841 comentários</p>
---	---------------	--------------	------------------------

Fonte: a autora, 2025.

O discurso persuasivo, embora tenha um significado diferente do discurso ofensivo, acaba se parecendo com ele nesta análise. Janones, em um confronto direto com Carlos Bolsonaro, que cuida da campanha digital de seu pai, usa um tom que parece mais suave, mas que, na verdade, mantém a essência provocativa e desafiadora. A principal diferença está na escolha das palavras, já que o objetivo de ridicularizar e desmoralizar o adversário continua presente. Em uma estratégia que visa reforçar sua imagem de transparência, Janones desafia publicamente Carlos a abrir seus sigilos fiscais e a responder diretamente às suas provocações. Assim, ele se posiciona como uma alternativa legítima ao Bolsonarismo, destacando o Janonismo como um movimento que se prova mais autêntico e certo para o público indeciso ou que ainda mantinha dúvida sobre a integridade do esquerdista, que adota esse comportamento, como mostra as interações com as postagens acima.

A publicação que destaca situações e frases ditas por Bolsonaro, refaz o movimento de reafirmar o compromisso com a polêmica, com o objetivo, além de angariar votos, fazer prevalecer a imagem negativa do concorrente de Lula da Silva e presidente do país, no ano da pesquisa. Ao fim, Janones persuade seu público a buscar apoio coletivo em outras redes, plataformas em que a comunicação massificada acontece de modo mais efetivo, mas nas ruas e locais comunitários principalmente, onde a campanha corpo-à-corpo acontece, obrigatoriedade de uma campanha política bem estruturada.

Concluída a análise dos quatro indicadores, nos encaminhamos para o fechamento sobre as duas categorias resultantes da análise: **Comunicação Confrontativa, Comunicação Neutra.**

## DISCUSSÃO

Castells (2009) afirma que a comunicação através da internet ganha cada vez mais visibilidade e tem se tornado uma fonte de poder devido à sua capacidade de moldar a mente das pessoas. Essa afirmação se torna evidente quando analisamos as duas categorias resultantes desta pesquisa — **Comunicação Confrontativa e Comunicação Neutra** — e seus desempenhos em termos de engajamento. A interação dos usuários com esses diferentes estilos de comunicação revela padrões que contribuem para a tese de que o discurso das plataformas de debate, em especial o X, não apenas informa, mas influencia percepções e mobiliza pessoas. Enquanto a Comunicação Confrontativa, marcada por um tom agressivo e direto, tende a gerar maior repercussão e participação, a

Comunicação Neutra, por sua vez, apresenta um comportamento que geral boa identificação com o público de maneira distinta, refletindo um impacto também alto, porém mais moderado na dinâmica das interações online. Esse contraste reforça o argumento de Castells sobre o papel estratégico da comunicação digital na construção de narrativas políticas e na disputa pelo controle da opinião pública, fundamentalmente a de durante o período desta pesquisa.

A Comunicação Confrontativa, predominante na estratégia adotada por André Janones para a sua persona política online, se caracterizou pelo uso de linguagem agressiva, incisiva, onde a ironia e ataques diretos imperaram contra opositores, especialmente figuras aliadas ao Bolsonarismo que fazem do antipetismo sua principal pauta online. Essa estratégia, embora amplamente comentada na plataforma, raramente havia sido aplicada de forma tão incisiva até a ascensão de Janones na esquerda brasileira. Sua abordagem inflamada rompeu com a comunicação tradicional não apenas da campanha de Lula, mas também de outros companheiros partidários, que até então evitavam embates diretos na mesma intensidade empregada pela família Bolsonaro desde a eleição de 2018, como demonstrado no estudo de Santos et al. (2020).

Todavia, os números de engajamento das publicações associadas a essa categoria evidenciam sua eficácia, demonstrando que o tom combativo gerou maior interação, seja por meio de curtidas, onde as expressões são de maior significância, compartilhamentos ou comentários. Um dos principais traços desse estilo comunicacional foi o uso frequente de ataques diretos e xingamentos, tornando as

postagens mais inflamadas e altamente polarizadoras. Além disso, quando confrontado, Janones tendia a responder em uma ação de réplica e tréplica, mantendo em evidência a desqualificação dos adversários e sua inocência perante o ataque, o que mantinha a dinâmica de enfrentamento ativa e ampliava o alcance de suas publicações para novos públicos. Conforme a campanha avançava para os últimos dias do segundo turno, a comunicação confrontativa de Janones tornou-se mais incisiva. O tom desmedido e os ataques diretos se intensificaram, refletindo a crescente polarização do cenário eleitoral e a necessidade de mobilizar eleitores indecisos e desestimular a base adversária. Esse aumento na agressividade discursiva indicava uma estratégia calculada para amplificar o engajamento e fortalecer a presença digital da campanha em um momento decisivo da disputa.

**Quadro 7 – Publicação de maior alcance - Comunicação Confrontativa**

<b>COMUNICAÇÃO CONFRONTATIVA</b>			
<b>Postagem de maior alcance</b>			
<b>Postagem</b>	<b>Likes</b>	<b>Retweets</b>	<b>Comentários</b>
"Aqui está minha estrutura milionária! Agora mostra a sua <a href="#">@CarlosBolsonaro!</a> Abro mão dos meus sigilos fiscais, bancários, telefônicos e de dados se você fizer o mesmo! Bora ??? "	88 mil	20 mil	9 mil

Fonte: a autora, 2025.

Embora a comunicação neutra não tenha sido a de maior engajamento na estratégia discursiva de André Janones, sua presença dentro da análise demonstra que nem todas as postagens seguiram o tom combativo característico de sua atuação digital. Os tweets classificados nessa categoria não necessariamente apresentavam um temperamento moderado ou estritamente imparcial, mas foram agrupados dessa forma por adotarem uma abordagem mais contida. Postagens que

enfaticavam esperança, reafirmavam a veracidade das informações, a imbatibilidade de Lula ou evitavam cair em desinformação, ainda que firmes em seu posicionamento, foram categorizadas como neutras devido à ausência de ataques diretos ou devolutiva mais inflamada.

Apesar de seu menor engajamento em comparação com a comunicação confrontativa, essa categoria teve um papel estratégico, ajudando a equilibrar a imagem de Luiz Inácio e servindo como um contraponto dentro da atuação eleitoral de Janones. Ao trazer um discurso menos bélico, essas postagens permitiram que Janones dialogasse com segmentos do eleitorado menos dados ao embate constante, reforçando credibilidade e sustentando a narrativa da campanha sem necessariamente depender da agressividade o tempo inteiro. Dessa forma, a análise permite observar como a comunicação política nos campos digitais pode operar em múltiplas camadas, combinando enfrentamento e contenção conforme a necessidade do momento, como observado durante esse trabalho. Além disso, as postagens de tom mais contido, que apelavam para o emocional e buscavam mobilizar tanto o eleitorado já consolidado quanto os indecisos — público crucial para a disputa —, foram mais frequentes nos primeiros oito dias após o resultado do primeiro turno. Nesse período, a guerrilha de Janones teria se voltado para a construção de um senso de urgência e engajamento, incentivando a participação ativa dos eleitores na reta final da campanha e a esperança de um segundo turno vencedor.

**Quadro 8** – Publicação de maior alcance - Comunicação Neutra.

<b>COMUNICAÇÃO NEUTRA</b>			
<b>Postagem de maior alcance</b>			
<b>Postagem</b>	<b>Likes</b>	<b>Retweets</b>	<b>Comentários</b>
<p>"1 MILHÃO DE PESSOAS! Quebramos a internet! Que venham os robôs, porque do lado de cá tem um exército de gente de verdade!</p> <p>ESSE É O TAMANHO DA DEMOCRACIA DO</p>	58 mil	8 mil	4 mil

NOSSO PAÍS!"			
--------------	--	--	--

Fonte: a autora, 2025.

Esse aspecto se diferencia da abordagem predominante nos discursos bolsonaristas analisados por Santos et al. (2020) durante a disputa eleitoral de 2018, que se sustentavam majoritariamente em ataques à esquerda, intimidação e desinformação para engajar e mobilizar eleitores. Enquanto o bolsonarismo utilizava um tom agressivo não apenas para rebater adversários, mas também para alimentar teorias conspiratórias e minar a credibilidade das instituições democráticas, Janones, apesar de também adotar uma postura igualmente desmedida, manteve o elemento da tentativa de distanciamento da desinformação. A categorização de postagens neutras reforça essa distinção, evidenciando momentos em que sua comunicação se voltava para a reafirmação de fatos, o apelo emocional positivo e a tentativa de manter a integridade da informação no debate eleitoral.

**Figura 7-** Exemplo de post.

← **Post**

**Diego Escosteguy** @diegoescosteguy · 12 de out de 2022  
Janones já foi alvo da desconfiança de parte da cúpula petista, que acusava o deputado de baixar o nível do debate e ameaçar a imagem que Lula construía. A crítica passou. Janones se tornou peça indispensável na estratégia de Lula nas redes sociais.

obastidor.com.br  
Lula autorizou – O Bastidor  
André Janones já foi alvo da desconfiança de parte da elite petista, que acusava o deputado federal de...

175 493 6 mil

**André Janones** @AndreJanonesMG  
Nunca divulguei Fake News! Eu apenas emito opiniões e deixo isso CLARO em meus posts!  
7:19 PM · 13 de out de 2022

53 118 2 mil 4

Fonte: Reprodução do perfil @AndreJanonesMG, 2025

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A comunicação exerce um papel central ao levar temas políticos à esfera pública, contribuindo para que pautas antes restritas ao âmbito privado ganhem visibilidade e gerem mobilização. No ambiente digital, esse processo se intensifica com a atuação de figuras públicas que, por meio de postagens estratégicas, conseguem direcionar o debate, gerar engajamento e influenciar a opinião pública. A apropriação desses temas por agentes com alto alcance nas redes sociais torna-se, assim, uma ferramenta de disputa narrativa e fortalecimento de posicionamentos políticos.

Com base na análise das postagens de André Janones durante o segundo turno das eleições presidenciais de 2022, pode-se confirmar que a comunicação agressiva desempenhou um papel significativo na mobilização digital e na atração de apoiadores para a campanha de Luiz Inácio Lula da Silva. Os padrões de engajamento evidenciam que publicações de cunho confrontativo, caracterizadas por contra-argumentação direta, ironia e ataques a adversários, geraram maior interação e alcance na plataforma X (Twitter). Essa estratégia rompeu com a abordagem tradicionalmente mais moderada da campanha petista e se mostrou eficaz para disputar espaço no debate público, neutralizar adversários e fortalecer o discurso pró-Lula, especialmente em um ambiente altamente polarizado.

Também, o discurso de André Janones revela que sua comunicação agressiva desempenhou um papel relevante na disputa eleitoral de 2022, adotando estratégias semelhantes às do bolsonarismo, mas com distinções apreciáveis. Enquanto a família Bolsonaro frequentemente associava sua retórica combativa à desinformação e à manipulação de fatos, Janones estruturou seu discurso em torno da verdade e do enfrentamento direto aos adversários, afirmando não recorrer a fake news, como exemplificado acima. Além disso, sua abordagem foi marcada por ataques diretos e respostas em tom desmedido, mas sempre em reação a declarações e movimentos bolsonaristas, funcionando como uma estratégia de rebote. Assim, sua atuação não apenas ampliou o alcance da campanha petista na plataforma, mas também provou que a adesão de um estilo confrontativo poderia ser eficaz na mobilização de eleitores e no engajamento, mesmo dentro de um campo político que atualmente é associado a discursos mais contidos.

Este estudo contribui para a compreensão do papel das redes sociais, em específico a rede social de Elon Musk, no debate político, evidenciando como a comunicação política no âmbito digital influencia a mobilização eleitoral e o engajamento público, como . Além disso, ao analisar a estratégia discursiva de André Janones, a pesquisa oferece uma base para futuras investigações sobre o impacto da retórica agressiva na política online, servindo como referência para análises mais amplas sobre comunicação digital e disputa eleitoral.

Por fim, diante dos achados deste estudo, encorajam-se novas pesquisas que explorem a ideia da apropriação de estratégias discursivas originalmente utilizadas por agentes que distorcem o debate público, mas que, quando aplicadas de forma legítima, mostram-se eficazes na comunicação política das redes sociais. Investigar se essa tática permanece relevante em futuros pleitos, como as eleições de 2026, permitirá entender sua durabilidade e impacto, além de monitorar se o embate digital continuará sendo um fator decisivo na disputa eleitoral.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

André Janones é o segundo mais votado em Minas Gerais e está reeleito deputado federal. Disponível em: <

<https://www.brasildefato.com.br/2022/10/02/andre-janones-e-o-segundo-mais-votado-em-minas-gerais-e-esta-reeleito-deputado-federal> >. Acesso em: 11 fev. 2024.

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

Câmara dos Deputados. Disponível em:

<<https://www.camara.leg.br/deputados/204515/biografia>>. Acesso em: 5 de fev. 2025.

Chaia, Vera. "Investigação sobre comunicação política no Brasil." *Ponto-e-Vírgula: Revista de Ciências Sociais* 2 (2007).

Castells, M. "Communication power. nueva york: oxford university press." (2009)..

Downe-Wamboldt, Barbara. "Content analysis: method, applications, and issues." *Health care for women international* 13.3 (1992): 313-321.

Dang-Xuan, Linh, et al. "An investigation of influentials and the role of sentiment in political communication on Twitter during election periods." *Social Media and Election Campaigns*. Routledge, 2017. 168-198.

Fabrino Mendonça, R.; Abreu, M.; Sarmiento, R. Repertórios discursivos e as disputas políticas contemporâneas. *Novos Estudos - CEBRAP*, v. 40, n. 1, p. 33–54, abr. 2021.

Gomes, Wilson. *Transformações da política na era da comunicação de massa*. Pia Sociedade de São Paulo-Editora Paulus, 2014.

GOMES, Wilson. Da discussão à visibilidade. In: GOMES, Wilson; MAIA, Rousiley C.M. Comunicação e democracia: Problemas & perspectivas. São Paulo: Paulus, 2008.

Janones, André. ICL oferece aula de Janones e meteoro se comporta turma do fundão. YouTube, 30 de março de 2023. Disponível em: <https://youtu.be/U8Mul5uluEg> .

Maria, T. Limeira, V.; Maia, T. Comunicação política e decisão de voto: o que as pesquisas revelam. v. 8, p. 42–55, 2010.

Parmelee, J. H.; Blichard, S.L. Politics and the Twitter Revolution: How Tweets Influence the Relationship between Political Leaders and the Public. Maryland: Lexington Books, 2012.

Recuero, Raquel. "Redes sociais na internet, difusão de informação e jornalismo: elementos para discussão." *Metamorfozes jornalísticas* (2009).

Recuero, Raquel, and Anatoliy Gruzd. "Cascatas de Fake News Políticas: um estudo de caso no Twitter." *Galáxia* (São Paulo) (2019).

Santos, Romer Mottinha, Deysi Ciocari, and Thiago Perez Bernardes de Moraes. "O clã Bolsonaro e o Twitter: comunicação política e influência na rede social." *Mediapolis—Revista de Comunicação, Jornalismo e Espaço Público* (2020).

Van Dijck, J. *The culture of connectivity: a critical history of social media*. Oxford: Oxford University Press, 2006.

Weber, M. H. (1999). *Consumo de Paixões e Poderes Nacionais: Permanência e hibridação em espetáculos político-midiáticos*. Rio de Janeiro: UFRJ / CFCH / Escola de Comunicação.