Anais de Resumos Expandidos
VIII Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 8(2026)

A construção do enunciador Rick Azevedo no TikTok[1]
The Construction of the Enunciator Rick Azevedo on TikTok

Luiza Raposo Paiva
Claudiane Carvalho

Palavras-chave: Discurso político; TikTok; midiatização

1.Introdução

O vereador da cidade do Rio Janeiro, Rick Azevedo (PSOL), emerge no campo político como influenciador por meio da plataforma TikTok. Fundador do Movimento Vida Além do Trabalho (VAT), organização criada em 2023 com o objetivo de lutar pelo fim da escala 6x1, o político construiu, por meio de diferentes plataformas digitais, uma imagem pública associada à pauta trabalhista. Posteriormente, a causa foi assumida pela deputada federal Erika Hilton (PSOL) e apresentada como projeto de lei em 2024, e a mobilização pelo reajuste das leis trabalhistas, com a diminuição da carga horária máxima semanal, tem gerado expectativa na população brasileira.

O crescimento da figura de Rick Azevedo pode ser considerado uma demonstração das transformações nos modos de visibilidade e interação da sociedade com base na mediação das plataformas digitais. Esse fenômeno integra a sequência histórica da midiatização da política, marcada pela introdução da lógica midiática do campo (Hjarvard, 2014).

1

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 8(2026)

As novas tecnologias e as redes sociais, enquanto meios, possibilitam o surgimento de novos atores e formas de manifestações políticas. Nessa conjuntura, irrompem, também, novas configurações de ativismos sociais e disputas narrativas. Nessa visada, o objetivo desta pesquisa é entender de que maneira Rick Azevedo constrói o movimento VAT e se constitui como enunciador político-influenciador na luta contra a escala 6X1 no TikTok.

Para tanto, analisamos 216 vídeos publicados por Rick (@rickazzevedo) em sua conta na plataforma do TikTok em dois momentos distintos: em 2023, de 13 de setembro a 13 de novembro, ponto central da criação do movimento VAT; e no período de 11 de agosto a 11 de outubro de 2025, mês anterior à finalização desta pesquisa. A partir de uma abordagem netnográfica (Kozinets, 2014), o material foi catalogado, organizado e categorizado por meio análise de conteúdo (Sampaio et al, 2022), buscando descomplexificar o corpus coletado. Em seguida, foi realizada uma análise discursiva para compreender a construção do enunciador (Verón, 2004).

2. Manifestações políticas e midiatização da política

O TikTok é uma rede social que se expandiu mundialmente a partir de 2018. Resultado de uma coalizão de diferentes aplicativos, a plataforma, em 2025, segundo dados de audiência publicitária, acumulou, aproximadamente, 131 milhões de usuários acima de 18 anos, somente no Brasil (Datareportal, 2025). O TikTok se configura como um meio de circulação de vídeos produzidos pelos próprios usuários, fornecendo ferramentas para pós-produção e formação dos criadores, através do TikTok Academy. Como característica apresenta um modo de funcionamento específico, definido como grafo de interesses, conectando os usuários a conteúdos voltados ao seus gostos pessoais, delineados por monitoramento constante, coleta de dados e mediação algorítmica.

A plataforma faz parte de uma ambiência comunicacional caracterizada pela descentralização da produção e circulação das indústrias de mídia. Nesse cenário, há a

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 8(2026)

inclusão de novos sujeitos e discursos nos circuitos comunicacionais, o que viabiliza, entre muitas coisas, o ativismo digital e expressões políticas variadas nas redes sociais. Segundo Moraes (2001), o ativismo digital pode ser entendido como o uso da internet para disseminação de informações, desenvolvimento de espaços de interação e, também, mobilização em prol de direitos à cidadania.

Sob outra perspectiva, o TikTok, enquanto plataforma que se alimenta do cotidiano, torna-se espaço de performance e desenvolvimentos de identidades, além de abrigar manifestações políticas e disputas narrativas diversas. Lee e Abidin (2023) argumentam que os inúmeros movimentos e dinâmicas políticas que surgem nas redes sociais são frutos de negociações feitas entre os usuários e as plataformas, articulando diferentes instituições e comunidades que atravessam esse universo.

Nesse ambiente, surge Rick Azevedo. O influenciador viralizou na plataforma em 2023 ao publicar um vídeo contra a escala 6X1 e, por meio das redes sociais, construiu o movimento Vida Além do Trabalho (VAT). Em entrevista publicada no Brasil de Fato (Moncau, 2024) o influenciador compartilhou detalhes sobre a articulação da ação através de diferentes plataformas e formatos. Destacou o uso do whatsapp e telegram para a mobilização direta nos estados brasileiros e, também, o abaixo assinado criado em 2023 no site petição pública (Movimento VAT, 2023).

Segundo Moraes (2001, p.3), a internet e as plataformas digitais viabilizam novas ferramentas de intervenção, tornando-se uma arena complementar de mobilização e politização, somando-se a assembleias, passeatas, atos públicos e panfletos. De acordo com Castells (2014), essa ambiência consagrou-se decisiva para a mobilização, organização e deliberação dos movimentos sociais.

Em um panorama geral, o que é feito por Rick Azevedo é representativo do papel das redes nos movimentos sociais atuais. Os grupos em aplicativo de mensagens divulgados pelo político-influenciador funcionam como o QG de articulação; as lives

simulam as assembleias e espaços deliberativos; os tuitaços e jogos com as hashtags emulamos protestos; e, por fim, o abaixo assinado legitima o movimento

Entretanto, é importante compreender que as manifestações políticas em rede são fruto de constante negociação com as plataformas que não podem ser vistas como neutras. Figueiredo (2019) aponta alguns desafios para a construção de um movimento contra-hegemônico nas redes, como a desigualdade de investimentos em propaganda, o algoritmo das plataformas e a datificação.

> A grande dificuldade para a esquerda é que as plataformas digitais transformam as interações contidas nas redes de solidariedade em dados que servem não apenas para a venda de publicidade direcionada, mas também para vigilância estatal e distribuição de propaganda por setores com poder financeiro para adquirir dados e expertise superiores aos dos movimentos contra-hegemônicos (Figueiredo, 2019, p. 134).

3. De influenciador a político: Rick Azevedo e a plataformização da política

Em um cenário de inclusão de amadores nos circuitos comunicacionais, surgem os influenciadores digitais que são definidos a partir do seu papel de influência nos processos de compra, circulação de discursos, gostos e outras questões entre os usuários (Karhawi, 2017). Nesse sentido, Karhawi (2017) argumenta que os níveis de influência da mensagem estão relacionados, entre outras coisas, à construção de credibilidade, posição social do informador; grau de engajamento e conexão com a informação transmitida.

Dessa forma, entendemos o poder da influência no quão genuína a intenção do influenciador pode parecer ao usuário. Essa autenticidade é destacada pela plataforma como um ativo importante para o engajamento com os criadores de conteúdo. A própria página do TikTok fornece instruções para quem deseja criar conteúdo na plataforma, reforçando valores como: 1) autenticidade “conteúdo engajante, sem muita edição e autêntico”(TikTok - Academia de criadores, 2025); 2) adaptabilidade do tempo do vídeo

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 8(2026)

de acordo com a necessidade narrativa; e 3) ferramentas sociotécnicas para facilitar a produção criativa.

Nos vídeos publicados em 2023, início da articulação do movimento, Rick Azevedo se apresenta de maneira simples e despojada. Os seus vídeos são pouco produzidos, trabalhados com poucos cortes. Dentro dos códigos da plataforma, a sua conduta denota autenticidade, intimidade e transparência.

> Os usuários do TikTok não estão procurando a sua versão melhor e mais refinada, eles preferem aprender, se inspirar, rir e chorar com você em um conteúdo engajante, sem muita edição e autêntico. Faça isso por meio de histórias emocionantes, tutoriais instrutivos ou clipes improvisados e divertidos, pensando na sua audiência como uma comunidade coesa que está ansiosa para se conectar com você! (TikTok - Academia de criadores, 2025)

Nesse sentido, também observamos o cenário dos vídeos, gravados majoritariamente, durante o primeiro período, em um cômodo de uma casa, ambiente íntimo e próximo. Em seu discurso, são apresentados aspectos de sua realidade e a indignação vem do desejo de mudança da própria vida. Destacamos a conexão a partir do campo emotivo e subjetivo, capaz de se conectar com usuários a partir da experiência. Assim, a construção do enunciador, nas postagens da primeira fase analisada, está pautada na identificação.

No segundo período, porém, Rick Azevedo já tinha sido eleito como vereador da cidade do Rio Janeiro pelo PSOL nas eleições de 2024. Dessa forma, observamos uma transformação em sua performance que se torna marcada por um grau de institucionalização e credibilidade conferidas por instituições políticas.

Hjarvard (2014) concebe a midiatização como a intensificação da importância e interconexão dos meios de comunicação na sociedade. É definido como um processo dual de interdependência entre a comunicação e instituições sociais e, assim como os meios, passam a ter status de uma instituição. O cenário é marcado pela assimilação da lógica midiática pelas instituições, cujas organizações e atores passam a atuar como produtores

de conteúdo. Nesse processo, as redes sociais se configuram como um espaço de trocas que possibilitam a realização de manifestação de demandas sociais.

Ademais, segundo o autor, os meios de comunicação passaram a exercer funções democráticas fornecendo informações sobre o campo político, exercer análise crítica e, por meio desses processos, tornaram-se ferramentas de legitimação pública das instituições, atores da ação política (Hjarvard, 2014). Nessa direção, para o autor, a midiatização da política conforma a dependência do campo político em relação às instâncias midiáticas e suas lógicas, traçando uma relação bilateral em que os meios se integram às práticas cotidianas das organizações políticas exercendo funções de comunicação no campo, ao mesmo tempo em que o próprio campo se conforma à lógica midiática.

Hjarvard aborda, entre outros fatores, a forma como os regimes de visibilidades são afetados pela midiatização modificando a estrutura das pessoas políticas. Nesse sentido, o autor traz a personalização da política, característica que é notada ao se relacionar a autoridade política que é construída majoritariamente a partir da identidade pessoal do político.

Nos dois períodos analisados é percebido a característica da personalização na construção do enunciador, constituindo a sua performance enquanto político e ativista. No primeiro momento, Rick Azevedo transmitia em sua fala a experiência de trabalhar sob a escala 6X1 e como isso afetava a sua rotina, inclusive para a construção do movimento. No novo período analisado, apesar da mudança de carreira para vereador, o principal do seu conteúdo ainda permanece na sua trajetória de vida e a evolução da pauta. Segundo Hjarvard (2014), “o papel social do político normalmente é minimizado em favor de uma representação que mistura trajetória política com trajetória de vida”(p.112)

As duas trajetórias que se misturam ficam ainda mais indissociáveis ao serem transmitidas, compartilhadas e construídas a partir do TikTok, por meio do qual acompanhamos a construção do movimento pelo fim da escala 6X1 e um trabalhador que

constrói a sua carreira como influenciador, ativista e político em linhas entrelaçadas. Nessa ordem, ao analisar o segundo período, notamos um Rick Azevedo agora transita em espaços institucionais com terno e gravata, o cenário se torna a câmara de vereadores e seu gabinete. Veste camisas padronizadas do movimento VAT e disponibiliza vídeos mais profissionais, com qualidade de imagem e edição mais elaborada (mais cortes e transições), construindo um enunciador a partir de códigos voltados à imagem política tradicional e uma atuação pautada na credibilidade construída a partir do avanço da pauta pelo fim da escala 6x1 e de sua atuação compartilhada no TikTok e em outras redes sociais.

Percebe-se, nesse percurso, que a imagem de Rick Azevedo é construída atrelada à luta e à pauta pelo fim da escala 6x1. A partir disso, são percebidos dois tipos diferentes de enunciador em cada período analisado. No primeiro período (2023), a sua legitimidade é construída com base na identificação com o seu coenunciador e, no outro, em 2025, na credibilidade fundamentada na sua atuação política e desenvolvimento do movimento. No presente momento, Rick Azevedo continua realizando atualizações sobre o andamento da pauta, e sua imagem permanece fortemente atrelada ao movimento VAT.

Referências

CASTELLS, Manuel. Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da Internet. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CORREA, E. S., & BERTOCCHI, D. (2012). A cena cibercultural do jornalismo contemporâneo: web semântica, algoritmos, aplicativos e curadoria. MATRIZes, 5(2), 123-144.

FIGUEIREDO, C. (2019). Ativismo Codificado: Protestos em Rede e Movimentos Sociais na Era das Plataformas Digitais. Chasqui. Revista Latinoamericana De Comunicación, 1(142), 17–142.

HJARVARD, Stig. A midiatização da cultura e da sociedade. São Leopoldo: Ed. UNISINOS, 2014.

KARHAWI, Issaaf. Influenciadores digitais: conceitos e práticas em discussão. Communicare, São Paulo, v.17, edição comemorativa, p. 46-61, 2017.

KEMP, Simon. Digital 2026: Brazil. DataReportal, 2025. Disponível em: https://datareportal.com/reports/digital-2026-brazil. Acesso em: 15 jun. 2026.

KOZINETS, Robert V. Netnografia: realizando pesquisa etnográfica online. Porto Alegre: Penso, 2014.

LEE, J.; ABIDIN, C. Introduction to the Special Issue of "TikTok and Social Movements". Social Media + Society, 9(1), 2023.

MONCAU, Gabriela. Influencer por redução de jornada de trabalho é mais votado do Psol no RJ: "sindicatos têm relevância, mas precisam se adaptar". Brasil de Fato, São Paulo, 18 out. 2024. Disponível em: https://www.brasildefato.com.br/2024/10/18/influencer-por-reducao-de-jornada-de-trabalho-e-mais-votado-do-psol-no-rj-sindicatos-tem-relevancia-mas-precisam-se-adaptar/. Acesso em: 15 jun. 2026.

MORAES, Dênis de. O ativismo digital. 2001.

MOVIMENTO VAT. Por um Brasil que Vai Além do Trabalho: VAT e Ricardo Azevedo na Vanguarda da Mudança. Petição Pública Brasil, 2023. Disponível em: https://peticaopublica.com.br/pview.aspx?pi=BR135067. Acesso em: 15 jun. 2026.

Sampaio, R. C., Sanchez, C. S. ., Marioto, D. J. F. ., Araujo, B. C. dos S. ., Herédia, L. H. O. ., Paz, F. S. ., … Souza, J. R. de . (2022). Muita Bardin, pouca qualidade: uma avaliação sobre as análises de conteúdo qualitativas no Brasil. Revista Pesquisa Qualitativa, 10(25), 464–494.

TIKTOK. Elements of TikTok Video. TikTok Creator Academy, s.d.

VERÓN, Eliseo. Fragmentos de um tecido. São Leopoldo: UNISINOS, 2004.