

hubs regionais

Eleições Municipais de 2024

Centro-Oeste | Cuiabá (MT)



Realização:

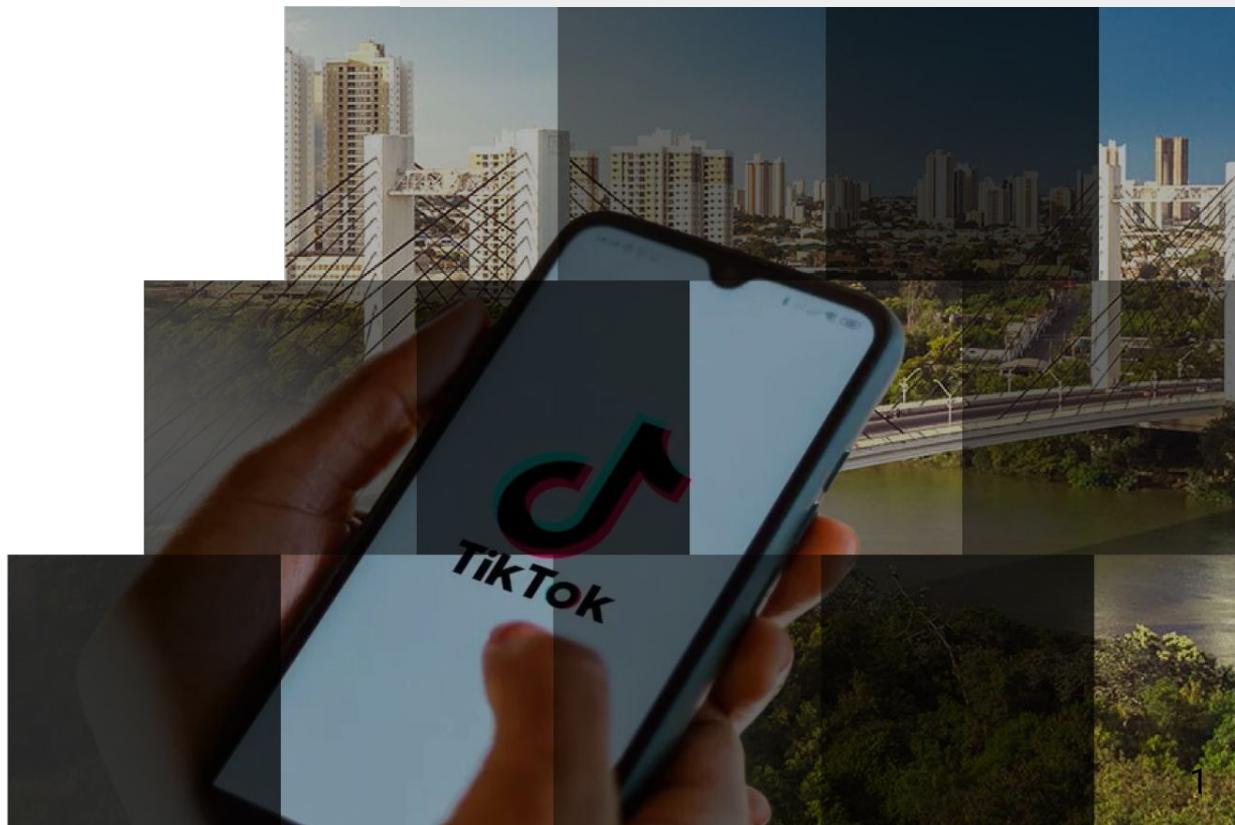


Apoio:



O Uso do TikTok nas Eleições Municipais 2024 em Cuiabá - MT

Período de análise: 07/10/2024 a 14/10/2024



apresentação

Os **Hubs Regionais** são uma rede de grupos de pesquisa distribuídos por várias regiões do Brasil dedicada a monitorar as dinâmicas de campanhas de desinformação e a construção de narrativas nocivas sobre eleições e questões climáticas nas plataformas digitais. Na primeira edição, o foco está nas **eleições municipais de 2024**.

O objetivo é **observar como as candidaturas estão usando o TikTok; identificar quais são os principais assuntos e temas abordados; e verificar se estão circulando conteúdos prejudiciais à integridade eleitoral** nesta plataforma de vídeos curtos.

Com isso, buscamos ampliar a capacidade de análise dos fluxos de informação no TikTok, de forma descentralizada, e em sintonia com as realidades tecnológicas e políticas de cada região.

Índice

Contexto Eleitoral	03
Principais Destaques	04
Metodologia	05
Dados Quantitativos: Candidatos à Prefeitura de Cuiabá - MT	07
Top 5 - Vídeos	10
TikTok - As candidaturas de Cuiabá - MT	11
Mais que temas, estratégias na capital de Mato Grosso	15

contexto eleitoral

Capital de um estado fortemente influenciado pelo agronegócio, Cuiabá possui presença marcante de correntes conservadoras. Desde a redemocratização, os partidos conservadores têm predominado nas eleições da cidade, exceto em 1992, quando Dante de Oliveira (PDT) foi eleito prefeito.

Em 2024, a corrida pela Prefeitura de Cuiabá será definida em 2º turno pelos candidatos Abilio Brunini (PL) e Lúdio Cabral (PT). O cenário reflete a disputa nacional ocorrida em 2022, com uma disputa entre a extrema direita e a centro-esquerda. No 1º turno, Brunini (PL) obteve 39,61% dos votos, e Cabral (PT), 28,31%. Eduardo Botelho (União Brasil), cotado pelas principais pesquisas para chegar ao 2º turno, ficou em 3º (27,77%), seguido por Kennedy (MDB), com 4,31%.

CENTRO-OESTE | CUIABÁ



principais destaques

- **Lúdio (PT) se destaca como o candidato que mais postou no TikTok de 7 a 14 de outubro**

Lúdio liderou o nº de publicações no período, com 6 vídeos, enquanto Abílio postou 4.

- **Lúdio (PT) cresce 105,7% em número de seguidores no Tik Tok, mas vatangem de Abilio (PL) segue muito maior**

Lúdio Cabral (PT) teve um crescimento de 105,7% em número de seguidores no TikTok na primeira semana de campanha do 2º turno, mas Abilio (PL), com crescimento de 1,7%, se mantém como o mais seguido, com 405,9 mil seguidores.

- **Vídeos de Abílio têm a maior visibilidade no Tik Tok: no Top 5 dos mais vistos, 4 são do candidato do PL**

Dos 10 vídeos postados no TikTok pelos candidatos à prefeitura de Cuiabá, entre 7 e 14 de outubro, Abilio (PL) publicou 4 e todos figuraram no Top 5 dos mais visualizados.

- **Conteúdos de Abilio (PL) no Tik Tok tem três vezes mais visualizações que as postagens de Lúdio (PT)**

Os conteúdos de Abilio lideraram em visualizações, com 71.200, apesar da queda de 87,7% em comparação com a última semana do 1º turno. Lúdio Cabral (PT), que teve 21.636 visualizações, teve uma redução de 38,4%.

- **Quatro dos cinco vídeos mais vistos no Tik Tok são postados por Abílio (PL); um é de Lúdio (PT)**

Dos 10 vídeos postados no TikTok pelos candidatos à prefeitura de Cuiabá, entre 7 e 14 de outubro, Abilio (PL) publicou 4 e todos figuraram no Top 5 dos mais visualizados.

principais destaques

- **'Fake News', “Saúde” e “Apoio da direita” são os temas priorizados por Abilio (PL) na 1ª semana do 2º turno**

Abilio focou em desmentir “fake news” para enfatizar a autenticidade de sua campanha. Ele destacou o apoio de figuras da direita, como Bolsonaro e Zema, para fortalecer sua base conservadora. Também abordou a saúde, prometendo melhores salários aos servidores e criticando as promessas não cumpridas da esquerda e de Lula, diferenciando-se de Lúdio (PT).

- **Lúdio (PT) recorre à conexão com a comunidade e se coloca como o candidato da verdade na 1ª semana da campanha de 2º turno**

Lúdio (PT) utilizou o TikTok para destacar sua conexão com a comunidade, mostrando apoio popular através de vídeos com famílias e crianças. Além disso, respondeu a um conteúdo desinformativo reafirmando suas posições e propondo um debate sobre soluções para Cuiabá.

- **Estratégias de comunicação das campanhas apostam em temas ideológicos no Tik Tok no início do 2º turno**

Com o fim do 1º turno, os conteúdos de Abilio (PL) e Lúdio (PT) no TikTok passaram a focar mais em estratégias emocionais que em propostas. Destacam-se: a rejeição às fake news; os valores da família ou da comunidade; e o estabelecimento de vínculos emocionais com os eleitores.

metodologia

TikTok

PERÍODO DE ANÁLISE:

7 a 14 de outubro de 2024

CORPUS:

11 publicações [8 do candidato Abilio (PL) e 40 de Lúdio (PT)].

AMOSTRA:

Todos os candidatos do 2º turno que disputam o cargo na Prefeitura de Cuiabá com perfil no TikTok.

100% das candidaturas

CANDIDATURAS A PREFEITO EM CUIABÁ (MT) NO 2º TURNO NO TIKTOK

1



Abilio

Partido Liberal

405,9K seguidores (↑1,7%) | [@abiliobrunini](#)

2



Lúdio

Partido dos Trabalhadores

4227 seguidores (↑105,7%) | [@ludiocabral](#)



2 candidaturas à
Prefeitura
acompanhadas

Levantamento das Postagens no TikTok dos Candidatos a Prefeito de Cuiabá no 2º Turno (7 a 14 de outubro)

Posts

10

Visualizações

92,8 mil

Comentários

894,0

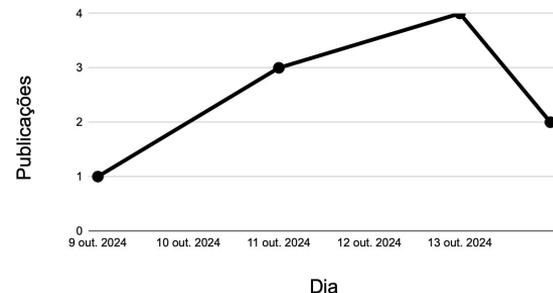
Compartilhamentos

573,0

Na primeira semana da campanha eleitoral do 2º turno, de 7 a 14 de outubro, **os 2 candidatos à Prefeitura de Cuiabá reduziram a quantidade de publicações no TikTok (10)** em comparação com a última semana antes da votação (29/09 a 05/10), que totalizou 55 publicações, indicando uma queda no uso da plataforma. Das publicações, 6 foram postadas por **Lúdio (PT)**, enquanto que **Abilio (PL) fez 4**. Totalizaram-se **92,8 mil views, 894 comentários e 573 compartilhamentos**. Observa-se no gráfico ao lado que, durante o período (7 a 14/10), o número de publicações cresceu diariamente, com pico de atividade no dia 13/10 (**4 publicações**), destas 3 de Lúdio e 1 de Abilio.

Após esse dia, houve uma tendência de queda até o final do período analisado. **Quem mais publicou no período foi o candidato Lúdio (PT), com 6 vídeos.**

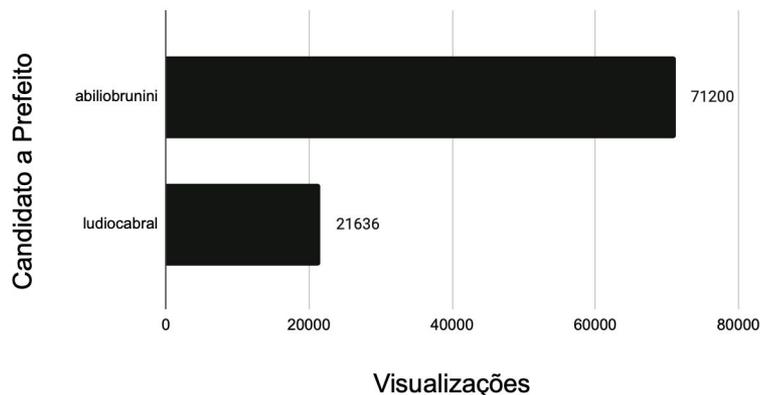
Total de publicações realizadas por dia



Fonte: TikTok | Data | **Desenvolvimento:** Democracia em Xequê

Comparativo de Visualizações das Postagens no TikTok dos Candidatos a Prefeito de Cuiabá no 2º Turno (7 a 14/10)

Visualizações por Candidato a Prefeito



Fonte: TikTok | Data | Desenvolvimento: Democracia em Xequê

O gráfico mostra o número total de visualizações que os vídeos postados pelos 2 candidatos a prefeito de Cuiabá tiveram entre os dias 7 e 14 de outubro. **Abilio Brunini (PL) liderou com margem ampla, somando 71.200 visualizações em seus vídeos (-87,7% em comparação com a última semana antes da votação do 1º turno).** Lúdio Cabral (PT) obteve 21.636 visualizações (-38,4%), com queda nas visualizações menor que a de Abilio.

É importante destacar que o bolsonarista Abilio Brunini (PL), apesar de ter postado menos do que Lúdio e apresentar uma queda significativa nas visualizações dos seus conteúdos, teve 3 vezes mais views que Cabral.

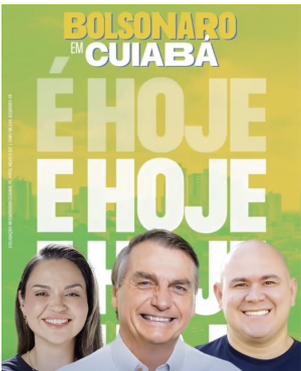
Comparativo de Engajamento no TikTok dos Candidatos a Prefeito de Cuiabá no 2º Turno (7 a 14 de outubro)

Candidatos	Postagens	Comentários	Compartilhamentos
Abilio Brunini	4	495	347
Lúdio Cabral	6	399	226

Fonte: TikTok | Data | Desenvolvimento: Democracia em Xequê

Entre 7 e 14 de outubro, **as postagens de Abilio foram as que mais engajaram no TikTok**, isto é, as que tiveram mais comentários e compartilhamentos em relação ao engajamento no perfil de Lúdio Cabral. **Ainda que Abilio tenha sido o candidato com o menor número de postagens no período** (4 vídeos, contra 6 de Lúdio), **a quantidade de postagens não é o único fator determinante do engajamento na plataforma**. Em síntese, os dados mostram que os conteúdos do candidato da direita bolsonarista seguem mobilizando os públicos mais intensamente do que os eleitores da esquerda.

top 5 - vídeos

VÍDEO	CONTEXTO	VISUALIZAÇÕES	VÍDEO	CONTEXTO	VISUALIZAÇÕES
1  <p>BOTELHO</p>	No vídeo Abílio explica que o vídeo que está circulando dele com o Botelho, no qual ele come um bolo, durante uma visita a Assembleia Legislativa. O candidato afirma que se trata de um vídeo antigo e não é desta eleição, mas ao mesmo tempo ele brinca dizendo que o bolo, entregue pelo Antero, estava escrito prefeito e ele foi lá e comeu. Como se quisesse dizer que assim ele que será o prefeito de Cuiabá.	30.500	3 	No vídeo, Lúdio (PT) aparece recebendo o apoio das pessoas em frente a Arena Pantanal, enquanto toca o Jingle "É Lúdio sim; é Lúdio sim!". São famílias, criança, senhoras e senhores que abraçam Lúdio e pegam materiais de campanha do candidato, buscando demonstrar que tem o apoio das pessoas.	11.600
2  <p>BOLSONARO EM CUIABÁ É HOJE E HOJE</p>	No vídeo, Abílio em frente ao local onde aconteceria um ato de campanha, confirma a presença de Bolsonaro. Além do ex-presidente, o governador de Minas Gerais, Romeu Zema (Novo) e o Deputado Federal do Rio Grande do Sul Marcel van Hattem (Novo) também estavam confirmados para estarem em Cuiabá. Durante o vídeo, Abílio ressaltou que Bolsonaro usaria uma passarela para ficar bem perto das pessoas, que poderiam tirar foto com ele.	19.200	4  <p>PISO DA ENFERMAGEM, ATENÇÃO SERVIDORES DA</p>	No vídeo, Abílio se dirige aos servidores da saúde de Cuiabá, prometendo mudança com melhores condições de trabalho, infraestrutura, salários e benefícios. No vídeo ele pede para que não confiem nos "fakes news", definido por ele como: "pessoal que resolveu fazer militância política". No final do vídeo, ainda atacou a esquerda dizendo que o Lula (PT) teria prometido picanha e não entregou nem abobora; e ressaltou: "Lúdio pode prometer um monte de coisas, mas não vai entregar nada".	11.200
			5 	Neste vídeo, em alusão ao Dia das Crianças, Abílio aparece junto dos dois filhos brincando, buscando demonstrar a sua boa relação com as crianças em diversos momentos. A legenda ajuda a compreender o sentido de que eles, como pai de família é apto para criar o futuro do Brasil: "Quem cria o futuro do Brasil são as famílias" 🇧🇷 #DiadasCrianças".	10.300

Abilio - Partido Liberal

[Abilio Jacques Brunini](#) tem 40 anos e é natural de Cuiabá, Mato Grosso. Ele se formou em Arquitetura e Urbanismo em 2011 pela Universidade de Cuiabá (UNIC) e possui uma pós-graduação em Gestão de Trânsito e Transporte com ênfase em Mobilidade Urbana.

Em 2016, Abilio entrou para a política ao se filiar ao Partido Social Cristão (PSC), sendo eleito vereador de Cuiabá. Em 2020, disputou a prefeitura de Cuiabá, pelo Podemos (PODE) e foi derrotado no segundo turno por Emanuel Pinheiro (MDB). Neste mesmo ano, se envolveu em uma controvérsia política que resultou

na cassação de seu mandato de vereador em Cuiabá, por quebra de decoro parlamentar após uma representação feita pelo vereador Oséas Machado do Partido Social Cristão (PSC), seu suplente; o processo se arrastou até 2022 e chegou a ser revertido na Justiça.

Na eleição de 2022, Abilio foi o segundo mais votado, com 87.072 votos, o que lhe garantiu uma vaga na Câmara dos Deputados. Abilio é conhecido por ser um defensor radical do presidente Jair Bolsonaro e, ao sair do Podemos, buscou filiação a um partido da base do presidente, o Partido Liberal (PL).

Ele defende pautas vinculadas ao bolsonarismo, apostando no discurso de combate à corrupção. É casado com a empresária e designer de interiores Samantha Iris e pai de dois filhos. Concorre pela segunda vez à Prefeitura de Cuiabá.

Abilio - Partido Liberal

Os 4 vídeos postados pelo candidato Abilio Brunini (PL) no TikTok, entre os dias 7 a 14 de outubro, estiveram no Top 5 dos vídeos mais visualizados. Foi destaque no seu conteúdo o posicionamento contrário ao que chamou de "**Fake News**". O candidato busca desmentir informações falsas e usa esse tema para destacar a autenticidade e honestidade de sua campanha. Ele faz isso de maneira a manter um tom leve e acessível, como quando ele brinca sobre "comer o bolo de Prefeito de Botelho".

Ressaltou-se também o **uso de figuras políticas da direita e extrema-direita**, como no segundo vídeo, em que Abílio destaca a presença de Bolsonaro, Romeu Zema, e Marcel van Hattem em ato em Cuiabá. Com isso, Abilio busca fortalecer sua imagem e consolidar sua base eleitoral conservadora.



Como o seu adversário Lúdio (PT) é médico e têm a saúde como pauta principal, este é o único tema com propostas para Cuiabá nos vídeos publicados pelo candidato de 7 a 14 de outubro. No único vídeo sobre isso, Abilio se dirigiu aos **servidores da saúde** e prometeu melhores salários e

se colocou como um defensor de mudanças pragmáticas. Em paralelo, aproveitou para fazer **ataques à esquerda**, acusou Lula (PT) de prometer mais do que pode entregar no caso da picanha; segundo Abilio o mesmo acontecerá com Lúdio.

Isso se alinha a uma estratégia de campanha baseada em diferenciar-se de seus adversários e manter a crítica às suas propostas e histórico.

Lúdio - Partido dos Trabalhadores

[Lúdio Frank Mendes Cabral](#), 53 anos, nascido em Goiás e criado em Cáceres, Mato Grosso, se mudou para Cuiabá em 1990 para estudar Medicina na Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT) onde se graduou em 1996. Desde então, ele tem se dedicado à saúde pública.

Lúdio possui uma longa trajetória na militância em saúde pública e foi dirigente do movimento estudantil, destacando-se como presidente da Direção Executiva Nacional dos Estudantes de Medicina. Filiado ao Partido dos Trabalhadores (PT) desde 1999, iniciou sua carreira política em 2004, quando foi eleito vereador

em Cuiabá, cargo que ocupou por dois mandatos consecutivos, totalizando oito anos (2005 a 2012).

Em 2018, Lúdio foi eleito deputado estadual, sendo reeleito em 2022. Atualmente ocupa seu segundo mandato na Assembleia Legislativa de Mato Grosso.

Lúdio tem atuado em defesa das políticas de saúde e em favor de causas sociais e ambientais. Ele também se candidatou a prefeito da capital mato-grossense em 2012 e ao governo do estado em 2014, mas não conseguiu se eleger.

Lúdio - Partido dos Trabalhadores



No período, **Lúdio Cabral (PT)**, utilizou o TikTok para enfatizar a sua **conexão com a comunidade**. Em diversos momentos, o candidato enfatizou a recepção calorosa da população e o crescimento do apoio popular, para isso ele se utilizou de vídeos e imagens

que mostram famílias, crianças e idosos interagindo com ele, o que ajuda a criar uma imagem de inclusão e conexão direta com os cidadãos. A **valorização das crianças** foi outra estratégia usada por Lúdio, ressaltando o papel delas no presente e no futuro da sociedade. Ele buscou inspirar esperança e alegria, associando sua candidatura ao cuidado com as gerações futuras.

Ainda, nos seus conteúdos, **Lúdio respondeu a um conteúdo desinformativo**, como o de que ele apoiaria o aborto e a legalização das drogas, afirmando suas posições e propondo um debate honesto sobre propostas concretas para a cidade. Com isso, Lúdio buscou trazer o foco para a discussão de soluções para Cuiabá, reforçando sua imagem de candidato preparado e comprometido.



O candidato ainda fez um **apelo à verdade e ao respeito**, utilizando um discurso de verdade *versus* mentira para consolidar sua posição como um candidato positivo e propositivo em contraste com a negatividade que atribui ao adversário.

A partir disso, Lúdio tem a intenção de **atrair eleitores cansados de discursos polarizantes**.

ESTRATÉGIA 1: Rejeição às Fake News

A temática das "Fake news" apareceu na comunicação dos dois candidatos a prefeito de Cuiabá, na primeira semana da corrida eleitoral do 2º turno. Tanto Abilio (PL) quanto Lúdio (PT) dedicaram esforços combater o que identificaram como informações falsas que poderiam prejudicar suas campanhas. Os candidatos se posicionaram como defensores da verdade, embora cada um tenha adotado tons e abordagens diferentes.

O candidato bolsonarista usou a abordagem de **descrédibilização do oponente**, utilizando o combate às fake news para também atacar seus adversários. Enquanto o petista as utiliza como uma forma de destacar sua própria integridade e compromisso com a verdade. Ele responde diretamente às alegações falsas e chama Abilio para um debate de propostas e soluções reais.



ESTRATÉGIA 2: Valores Familiares *versus* Valores Comunitários

Abilio (PL) destacou valores familiares ao aparecer com seus filhos, usando essa imagem para transmitir proximidade, empatia e compromisso. Com isso, ele sugere que suas qualidades de pai refletem sua capacidade de liderar, estabelecendo um vínculo com eleitores que valorizam tradições familiares.

Lúdio (PT) enfatizou as interações comunitárias, ressaltando o apoio de crianças, idosos e famílias para simbolizar unidade e inclusão. Em especial, nos vídeos relacionados ao Dia das Crianças, ele destaca o papel das crianças como integrantes essenciais do presente e futuro. **Lúdio** utilizou esse tema para inspirar esperança e reafirmar seu compromisso com as futuras gerações.



ESTRATÉGIA 3: Apelo Emocional e Conexão Pessoal

Abilio (PL) e Lúdio (PT) utilizam vídeos para estabelecer um vínculo emocional com os eleitores, humanizando suas imagens. Abilio buscou adotar um tom satírico e amigável, compartilhando momentos pessoais com sua família para transmitir autenticidade e proximidade, mostrando-se como alguém que compreende as preocupações das famílias.

Lúdio, por sua vez, focalizou em interações com diversas faixas etárias, capturando apoio comunitário através de imagens de abraços e apertos de mão. Ele também destaca eventos como o Dia das Crianças para inspirar e construir uma narrativa emocional comprometida com as novas gerações e um futuro melhor.



hubs regionais

Eleições Municipais de 2024



Grupos de Pesquisa em
Mídia, Política e Democracia

Realização:

Instituto
**DEMOCRACIA
EM XEQUE**

Apoio:



HEINRICH BÖLL STIFTUNG

equipe

COORDENAÇÃO GERAL

Tatiana Dourado, Marcelo Alves, João Guilherme Bastos dos Santos e Ana Júlia Bernardi (Instituto Democracia em Xequê)

INFRAESTRUTURA E GESTÃO DE DADOS

Marcelo Alves (Instituto Democracia em Xequê)

COORDENAÇÃO DE PESQUISA – MT

Bruno Araújo (Midiáticos - UFMT)

EQUIPE DE PESQUISA – MT

Thiago Crepaldi, Safira Campos, Dôuglas Ferreira, Thiago Cury Luiz, Gustavo Klimiuk, André Macedo e Jorge Gabriel (Midiáticos - UFMT)

IDENTIDADE VISUAL

Moara Juliana (Instituto Democracia em Xequê)

ORGANIZAÇÕES DO RELATÓRIO

Instituto Democracia em Xequê
Midiáticos - Grupo de Pesquisa em Mídia, Política e Democracia – vinculado ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Poder da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT).

ESTE RELATÓRIO ESTÁ LICENCIADO SOB A LICENÇA CREATIVE COMMONS CC BY-SA 4.0 BR. Essa licença permite que outros remixem, adaptem e criem obras derivadas sobre a obra original, inclusive para fins comerciais, contanto que atribuam crédito aos autores corretamente, e que utilizem a mesma licença. TEXTO DA LICENÇA: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode>