



Plataformas digitais como arena de luta: uma análise do vídeo viral de Rick Azevedo contra a escala 6x1¹

Déborah Siqueira Pinheiro²

Liliane de Lucena Ito³

Camila Moreno, no prefácio do livro “Modo de vida imperial”, de Ulrich Brand e Markus Wissen, menciona “a disseminação e a naturalização de novas ferramentas de vigilância digital e do capitalismo de plataforma sobre todos os espaços da Terra” (2020, p. 23). Ela explica que “modo de vida imperial” é um conceito que leva à reflexão “sobre como se produz e reproduz o nosso modo de vida, materializado no que comemos, no que vestimos, em como nos transportamos” (Moreno, 2020, p. 22). Nessa mesma linha, pode-se pensar, também, sobre a materialização desse modo de vida imperial na forma como as pessoas se comunicam, interagem e se relacionam.

Partindo dessa reflexão, é de suma importância que os estudos contemporâneos da área da Comunicação e Informação reflitam sobre o impacto da midiaticização na sociedade, cada vez mais orientada para a produção e o consumo de informações em plataformas digitais. Na perspectiva institucionalista de Hjarvard (2014), a midiaticização é um processo em que a mídia passa a ocupar um papel central na organização da vida social, deixando de ser apenas um canal de transmissão para se constituir como uma instituição social que atravessa outras instituições, como a família, a escola e a política. Além disso, esse processo também influencia, molda e institucionaliza novos padrões de interações e de relações sociais, transformando a cultura e a sociedade como um todo (Hjarvard, 2014, p. 24).

¹ Trabalho apresentado no Eixo Temático 15 - Precarização da vida e do trabalho no capitalismo de plataforma e de vigilância do XVIII Simpósio Nacional da ABCiber – Associação Brasileira de Pesquisadores em Ciberultura. Faculdade Cásper Líbero - FCL, realizado nos dias 11 a 13 de novembro de 2025.

² Mestranda em Comunicação Digital no IDP. E-mail: bsbdeborah@gmail.com.

³ Pós-doutora em Comunicação e Práticas de Consumo (ESPM), professora na Unesp e no IDP. E-mail: liliane.ito@idp.edu.br.



Nesse mesmo movimento, destaca-se ainda a plataformização, entendida como uma intensificação da midiatização que redefine as dinâmicas sociais a partir da centralidade das plataformas. Como explica Lemos (2023, p. 6), elas “constituem a infraestrutura da vida contemporânea” e estão presentes em nosso cotidiano, desde a realização de uma transação bancária até a resolução de demandas de trabalho. Atividades rotineiras, portanto, passam a ser mediadas por uma ou mais plataformas. Assim como a midiatização, a plataformização também “reorganiza práticas e imaginações culturais” (Poell, Nieborg e van Dijck, 2020, p. 5).

Para Hjarvard (2014, p. 35), também está ocorrendo uma “virtualização das instituições”, de modo que “as mídias digitais estão cada vez mais deslocando as práticas sociais de ambientes físicos”. Ele discorre que a mídia móvel, como *smartphones* e *tablets*, “acentuou essa virtualização, tornando possível acessar quase todos os espaços institucionais de qualquer lugar”. Na sua perspectiva, isso não quer dizer que os espaços físicos não sejam mais importantes, mas sim que há um entrelaçamento entre os espaços físicos e virtuais.

Nesse contexto, observa-se a midiatização e a plataformização atravessando diversas instituições sociais, entre elas, a política. Tanto órgãos governamentais quanto figuras políticas procuram estar presentes nas mídias e se comunicarem por meio delas. Nessa direção, destaca-se a perspectiva mais abrangente de Hepp (2014, p. 53), para quem “a política, por exemplo, não é apenas midiatizada pela televisão ou pela mídia impressa, mas ao mesmo tempo pela mídia digital”. Plataformas como TikTok, Instagram e X tornaram-se espaços centrais para o debate público, disseminação de informações, mobilização de pessoas e formação de comunidades. Trata-se da institucionalização de “novos padrões de interações e relações sociais”, como consequência dessa midiatização (Hjarvard, 2014, p. 24) e também, pode-se dizer, da plataformização.

É nesse cenário que, dia após dia, as redes sociais digitais são inundadas pelos chamados conteúdos virais, muitos de teor político, que alcançam um grande número de pessoas em um



curto espaço de tempo. A viralização⁴ é possibilitada tanto pela lógica de recomendação algorítmica quanto pelas *affordances* das plataformas, que propiciam esses novos modos de interação e relação social.

Diante dessas reflexões sobre a midiatização e a plataformização da sociedade, este trabalho realiza uma análise de um vídeo viral publicado pelo usuário Rick Azevedo (@rickazzevedo), até então, uma pessoa desconhecida, em 13 de setembro de 2023, na plataforma de mídia social TikTok. No vídeo, Azevedo expõe seu inconformismo quanto à jornada de trabalho na escala 6x1, na qual o empregado trabalha por seis dias consecutivos e folga no sétimo. Cerca de um ano após a viralização do vídeo, Rick Azevedo foi eleito vereador da cidade do Rio de Janeiro, nas eleições municipais de 6 de outubro de 2024, sendo o mais votado do partido ao qual se filiou, o PSOL (Alves, 2024).

O objetivo principal deste trabalho é fazer uma análise qualitativa do vídeo de Rick Azevedo e observar os elementos presentes na mensagem que podem ter capturado a atenção das pessoas. Para esta análise, serão considerados o conteúdo da mensagem, a linguagem, o formato, a estética e a repercussão, tendo como base as métricas visíveis de engajamento – visualizações, curtidas, comentários, compartilhamentos e salvamentos.

O estudo sobre este caso se justifica porque Rick Azevedo era apenas um cidadão comum, sem visibilidade pública prévia, que entrou para a política institucional após uma série de eventos, mas cujo ponto de partida foi a viralização do seu vídeo com uma demanda social e política no TikTok. Esse fenômeno da viralização, que tem a capacidade de pautar a agenda midiática, mostra-se relevante para os estudos de ciberultura e comunicação, especialmente pelo potencial do Brasil nas mídias sociais – são mais de 144 milhões de usuários nessas plataformas, o equivalente a 67,8% da sua população total, segundo dados do Relatório Global Digital (We Are Social & Meltwater, 2025). Ainda de acordo com o relatório, o TikTok é a quarta rede social mais utilizada pelos brasileiros, com 91,7 milhões de usuários.

⁴ O conceito de viralização nas mídias sociais é comumente definido como um fenômeno em que o conteúdo se espalha rapidamente pelas plataformas, ganhando um grande número de visualizações ou interações em um curto espaço de tempo devido ao amplo compartilhamento entre os usuários (Wold, 2023, *apud* Atayeva, 2024, p. 17, tradução nossa).



Foi nessa plataforma digital que Rick Azevedo publicou seu vídeo em tom de desabafo e indignação. Ele inicia dizendo: “Gente, eu estou aqui revoltado com essa escala 6 por 1”, para, em seguida, questionar “Quando é que nós, da classe trabalhadora, iremos fazer uma revolução nesse país relacionada à escala 6 por 1? Gente, é uma escravidão moderna. Moderna não, ultrapassada, ultrapassada, antes fosse moderna”. A fala é marcada por uma linguagem coloquial e direta, e faz referência a termos que são facilmente entendidos no contexto brasileiro, como a escravidão. Além disso, o uso do vocativo “gente!” e de gírias, como na frase “Bizarro, sério, velho, não dá!”, aproxima o discurso dos ouvintes, pois faz parecer que ele está em uma conversa com um grupo de amigos.

No que se refere ao estilo visual, o vídeo foi gravado no formato vertical, que se tornou padrão das plataformas digitais por se adequar ao manuseio do celular. A duração do vídeo é curta e a estética é simples e caseira, reforçando a autenticidade do conteúdo, aspecto valorizado e dominante no TikTok, em contraste com a lógica do Instagram de produções mais elaboradas. Rick, um homem negro de pele clara, aparece em um ambiente doméstico, filmando a si mesmo com o celular na mão, vestindo roupas comuns, sem recorrer a recursos de edição sofisticados.

Todos esses elementos visuais e de linguagem ajudam a compor uma mensagem que potencialmente faz com que pessoas comuns, como ele, se sintam à vontade com o vídeo. Além disso, a própria mensagem gerou identificação entre aqueles que também vivenciam a realidade do trabalho precarizado. Tais elementos presentes do vídeo vão ao encontro dos achados de Atayeva (2024, p. 37) sobre viralização: “singularidade, capacidade de identificação e autenticidade são identificadas como atributos cruciais para o sucesso do conteúdo viral”⁵. Em um discurso de apenas 1 minuto e 7 segundos, Rick conseguiu obter 1,4 milhão de visualizações, 158 mil curtidas, 11,2 mil compartilhamentos, 7.833 comentários e 7.283 salvamentos⁶. Esse caso evidencia como narrativas pessoais que reverberam em experiências coletivas podem gerar alto engajamento e viralização.

⁵ “Moreover, uniqueness, relatability, and authenticity are identified as crucial at-tributes for the success of viral content”, no original em inglês (tradução nossa).

⁶ Dados extraídos no dia 23 set. 2025.



Além dos números expressivos, chama atenção um outro aspecto desse caso. Para situar a reflexão a seguir, vale mencionar que umas das abordagens dos estudos sobre plataformização é a economia política crítica. Poell, Nieborg e van Dijck (2020, p. 5) destacam que estudiosos dessa corrente já chamaram a atenção para questões como exploração do trabalho, vigilância e imperialismo, citando Fuchs (2017) como referência nesse debate. Além disso, mencionam a contribuição de Jin (2013, *apud* Poell, Nieborg e van Dijck, 2020, p. 5), “que introduziu a noção de ‘imperialismo de plataforma’, argumentando que o rápido crescimento de empresas como Facebook e Google demonstra que o ‘imperialismo americano continuou’”.

Nesse panorama, é importante destacar que ao usar o TikTok para denunciar a precarização do trabalho, Rick Azevedo se valeu de uma plataforma inscrita na lógica de exploração e do lucro sobre os produtores de conteúdo para inverter seu sentido, transformando-a em um espaço de mobilização popular. Poucos dias após a viralização do vídeo, ele anunciou a criação do movimento Vida Além do Trabalho (VAT⁷) para lutar pelo fim da escala 6x1, que foi articulado por meio da organização de apoiadores em grupos no WhatsApp e Telegram.

Portanto, assim como o “chão da fábrica” serviu de espaço para a organização e protesto de trabalhadores do ABC paulista, no fim dos anos 1970, por melhores salários e condições de trabalho, as plataformas digitais também podem funcionar como arenas de luta. Nesse sentido, o caso de Rick Azevedo evidencia como as plataformas de mídia social podem ser apropriadas de forma subversiva para expor as contradições do capitalismo, denunciar a exploração de trabalhadores e mobilizar a sociedade em prol de mudanças. Como Poell, Nieborg e van Dijck concluem (2020, p. 8), “o desafio é integrar plataformas na sociedade sem comprometer as tradições vitais de cidadania e sem aumentar as disparidades na distribuição de riqueza e poder”. Sendo assim, o estudo desse caso pode indicar tendências, inspirar iniciativas e contribuir para reflexões sobre caminhos em direção a uma maior soberania digital.

Palavras-chave

⁷ Disponível em: https://www.instagram.com/movimento_vat/. Acesso em 23 set. 2025.



Midiatização; plataformação; TikTok; Escala 6x1; viralização.

Referências

ALVES, Vittoria. Conheça Rick Azevedo: TikToker foi quem menos recebeu dinheiro para a campanha, mas foi o vereador mais votado do PSOL. **O Globo**, 10 out. 2024. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/rio/noticia/2024/10/10/conheca-rick-azevedo-tiktok-foi-quem-menos-recebeu-dinheiro-para-a-campanha-mas-foi-o-vereador-mais-votado-do-psol.ghtml>. Acesso em: 14 set. 2025.

ATAYEVA, Nurana. **Understanding Concept of Virality in Social Media from Users' Perspective**. 2024. Dissertação (Mestrado em Digital Marketing and Corporate Communication) – Jyväskylä University School of Business and Economics, Jyväskylä, 2024. Disponível em: <https://urn.fi/URN:NBN:fi:jyu-202406134593>. Acesso em: 23 set. 2025.

AZEVEDO, Rick. CLT Escala 6x1. Rio de Janeiro, 13 set. 2023. TikTok: @rickazzevedo. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@rickazzevedo/video/7278273865241988358>. Acesso em: 14 set. 2025.

HEPP, Andreas. As configurações comunicativas de mundos midiaticizados: pesquisa da midiaticização na era da “mediação de tudo”. **MATRIZES**, São Paulo, Brasil, v. 8, n. 1, p. 45–64, 2014. DOI: 10.11606/issn.1982-8160.v8i1p45-64. Disponível em: <https://revistas.usp.br/matriz/es/article/view/82930>. Acesso em: 20 jul. 2025.

HJARVARD, Stig. Midiaticização: conceituando a mudança social e cultural. **MATRIZES**, São Paulo, Brasil, v. 8, n. 1, p. 21–44, 2014. DOI: 10.11606/issn.1982-8160.v8i1p21-44. Disponível em: <https://revistas.usp.br/matriz/es/article/view/82929>. Acesso em: 20 jul. 2025.

LEMONS, A. L. M. O Futuro da Sociedade de Plataformas no Brasil. **Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v. 46, p. e2023115, 2023. DOI: 10.1590/1809-58442023115pt. Disponível em: <https://revistas.intercom.org.br/index.php/revistaintercom/article/view/4545>. Acesso em: 12 jul. 2025.

MORENO, Camila. Prefácio à edição brasileira. In: BRAND, Ulrich; WISSEN, Markus. **Modo de vida imperial: vida cotidiana e a crise ecológica do capitalismo**. São Paulo: Elefante, 2020. p. 15-24.



XVIII Simpósio Nacional da ABCiber – Associação Brasileira de Pesquisadores em Ciberultura. Faculdade Cásper Líbero. De 11 a 13 de novembro de 2025.



POELL, T.; NIEBORG, D.; VAN DIJCK, J. Plataformização. **Revista Fronteiras – estudos midiáticos**, v. 22, n.1, p. 2-10, 2020. Disponível em: <https://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2020.221.01/60747734>. Acesso em 12 de jul. de 2025.

WE ARE SOCIAL & MELTWATER. **Digital 2025:** Brazil. 3 mar. 2025. Disponível em <https://datareportal.com/reports/digital-2025-brazil>. Acesso em 12 de jul. de 2025.