MINIMANUAL DE INSURGÊNCIA INFORMACIONAL

(ou Janonismo)



INTRODUÇÃO

Este minimanual nasce da experiência brasileira do **Exército do Lula**, movimento organizado segundo as concepções e a mobilização do deputado e estrategista André Janones, e de sua subdivisão independente, **Comunicação Combate**, criada para ampliar o alcance de suas missões nas eleições brasileiras de 2026.

Nosso objetivo é reunir, de maneira direta e pragmática, as táticas de comunicação e mobilização política adequadas a esse terreno.

As táticas aqui apresentadas nascem da experiência prática e da experimentação no próprio campo de batalha digital, tendo sido colocadas à prova na luta política concreta.

A máxima concisão é nosso princípio: cada conteúdo é reduzido ao essencial, privilegiando a consulta rápida e a aplicação direta.

FATOS BÁSICOS

Política é um jogo permanente de forças, atuantes em diversos níveis, que confluem e/ou colidem na disputa por hegemonia na configuração das realidades habitadas.

As redes sociais são componentes fundamentais da configuração de realidades que as pessoas habitam hoje, constantemente conectadas por meio de seus aparelhos. Assim, as redes são um campo fundamental de **disputa da realidade**.

As redes que habitamos são dominadas por plataformas digitais pertencentes a um pequeno grupo de grandes empresas norte-americanas com seus próprios interesses e prerrogativas supranacionais. Nossos modos de construir realidades estão submetidos a essas plataformas. Enquanto não é possível escapar de sua captura, pode-se usar sua própria lógica de funcionamento para **impulsionar outros interesses**. É o caminho que indicaremos.

Cada plataforma tem sua lógica própria, que é tanto algorítmica quanto mercadológica e vinculatória. As plataformas são máquinas em que algoritmos capturam pessoas em determinado tipo de transe do qual se extrai valor.

Entender a lógica de uma plataforma é entender de que modo ela produz e modula realidades. Por um lado, isso é entender o tipo de comportamento que ela favorece *espontaneamente*; por outro, entender de que modo se pode intervir e **mudar o curso** desse processo.

Na última década, certas forças políticas conseguiram esse entendimento e o utilizaram para tomar de assalto as democracias liberais ao redor do planeta em conluio com o poder financeiro internacional. O que hoje se chama de extrema direita se alimenta do espontâneo das plataformas, de um transe permanente que excita os impulsos mais baixos do horror moral, do tribalismo, da vontade de destruir diferenças etc. O resultado é entropização acelerada de instituições e das mais básicas convenções da coexistência. A espontaneidade das redes favorece o declínio de toda (pouca) ordem civilizacional.

As antigas instituições republicanas não contam com recursos para conter essa onda, tornando-se reféns e cúmplices do novo regime de poder enquanto são progressivamente minadas em favor de regimes de características fascistas.

O janonismo propõe **uma apropriação dos mesmos mecanismos das plataformas por outras forças**. Em vez do que é espontaneamente favorecido pelas redes, treinar um número massivo de usuários que intervirão de forma coordenada para **sequestrar a dinâmica algorítmica**.

As redes sociais têm espaço e tempo limitados. Nem tudo que é postado circula, e o algoritmo seleciona os conteúdos segundo seu poder de engajamento espontâneo (quanto as pessoas reagirão àquilo, positiva ou negativamente). Uma investida massiva de usuários engajados consegue sequestrar o algoritmo segundo seus próprios critérios.

Com os conteúdos adequados e, sobretudo, com um enorme poderio informacional direcionado, é possível transbordar e explodir a dinâmica das bolhas e ocupar parcelas cada vez maiores da infosfera. A atividade favorecida pelo espontâneo das redes é substituída pela **avalanche coordenada**.

O sonho de um espaço público digital para deliberação mediante argumentos racionais acabou. Apenas uma força suficiente para produzir hegemonia na infosfera pode fazer frente aos processos políticos que predam a nossa pouca civilização.

É necessário mobilizar FORÇA BRUTA INFORMACIONAL.

CARACTERÍSTICAS DO “JANONISMO”

O janonismo se baseia em uma estrutura de comunicação centralizada e altamente capilarizada. Um canal em aplicativo de mensagens popular (no Brasil, o WhatsApp, mas sendo possível também o Telegram) lança os comandos (as “missões”) que deverão reverberar entre todos os participantes (os “soldados”); a partir desses participantes, devem reverberar para todas as redes sociais possíveis em um curto intervalo de tempo (preferencialmente dentro de 1h) para produzir uma onda de relevância algorítmica. Os participantes também reverberam os comandos para canais ou grupos secundários nos próprios aplicativos de mensagem, além de direcioná-los para seus contatos. É preciso ocupar todos os espaços, forçar e romper as membranas das bolhas.

A ideia é colocar o máximo possível de pessoas nesse grupo central, de modo a ganhar a batalha informacional na força bruta, como na lógica de um ataque DDoS. É preciso ter canais alternativos, caso haja um ataque judicial que busque favorecer os adversários ou um ataque direto da própria plataforma em uso. A centralização é importante.

O objetivo em vista é expandir a infosfera favorável à causa defendida e absorver cada vez mais pessoas para a causa. Os adversários mais distantes e recrudescidos não serão convertidos. Desista disso. Busca-se fazer balançar indecisos, derrubar pessoas da situação de isenção, produzir contágio com o entusiasmo, a euforia e a avalanche informacional.

Os comandos expressam temas a serem divulgados, hashtags a serem subidas, imagens a serem compartilhadas, blitzkrieg de curtidas / compartilhamentos / salvamentos / encaminhamentos em publicações de interesse, termos de busca no Google a serem incentivados etc. Toda forma de dominar artificialmente os parâmetros e as métricas das plataformas vale.

Os comandos devem ser executados. O janonismo é uma estratégia de ação em um regime político sequestrado pelas plataformas, não um ideal de participação. Ele pede que o participante, sobretudo o esquerdista ou progressista, suspenda momentaneamente sua "consciência crítica" em favor da causa em questão. O participante da ação janonista não é o "sujeito autônomo" do Iluminismo, mas um nó de amplificação numa rede coordenada de comunicação que busca a hegemonia nas redes.

A pessoa que comanda o canal (no caso brasileiro, o próprio deputado André Janones) deve estar atenta para mobilizar os soldados, coordenar sua ação e alinhar seu funcionamento nas redes às diretrizes da ação. Deve usar de intimismo e constância, utilizando a própria voz e a própria imagem para gerar e mediar a vinculação entre os soldados. As missões devem ser claras, de modo que a militância seja gamificada e facilmente executável. É necessária uma confiança muito grande e uma eficácia já comprovada nas ações antes que se peça que os soldados encontrem soluções próprias. É desnecessário dizer que essa pessoa precisa entender do

funcionamento de cada plataforma e fazer leituras do clima das redes a cada momento.

O conteúdo a circular não obedece necessariamente aos padrões estéticos ou intelectuais de um público universitário, mas é preciso fazê-lo circular. Por exemplo, comunistas e centristas social-democratas deverão se engajar mutuamente. O importante é produzir uma massa informacional da coalizão aliada. O janonismo é anti-low profile, antipedantismo intelectual e antissectarismo. A eficácia depende de se sujar.

Uma regra geral é não engajar com conteúdo adversário em hipótese alguma. Engajamento é engajamento, e ele sinaliza para o algoritmo para que o conteúdo ganhe maior alcance. "Positivo" ou "negativo" não fazem sentido nesse nível: xingar ou elogiar, defender ou atacar alguém, debochar ou cair no ragebait, denunciar moralmente ou concordar veementemente, tanto faz. Mesmo assistir a um vídeo já é sinalizar interesse e aumentar sua relevância e seu potencial de circulação. No calor da guerra, a indicação é tentar zerar o engajamento com o adversário, esvaziar seu alcance. De preferência, bloquear os perfis.

É preciso quebrar o circuito por meio do qual pessoas que se entendem como progressistas, defensoras da democracia e das minorias etc. se engajam no empoderamento da extrema direita na infosfera. A coceirinha de manifestar escândalo moral ou apontar o ridículo do adversário para ganhar pontos (likes) entre os pares é exatamente o que as redes sociais convertem em alimento para esse mesmíssimo adversário, em feedback. Essa dinâmica criou um mercado próspero de figuras

especializadas em ragebaitar esquerdistas, que se tornam personalidades da extrema direita e conseguem mandatos. Isso é uma máquina de produzir bolsonaros.

Em vez de engajamento negativo (que é apenas mais engajamento), a tática janonista se baseia no princípio do espelhamento. A própria estrutura de organização espelha o que grupos de extrema direita têm desenvolvido nos últimos dez anos. O espelhamento consiste em mobilizar meios e conteúdos análogos, mas com sinal invertido, com maior engajamento e em favor de outras causas. Num espelhamento bem-sucedido, a imagem invertida produzida anula a força daquilo a que se opõe. Esse princípio se manifesta em diversas táticas possíveis nas redes sociais, indicadas em seguida.

No caso brasileiro, a causa a favor da qual surgiu o janonismo é a defesa do que ainda resta da Nova República (fundada a partir de 1985, com o fim da Ditadura Militar) e a eleição do líder popular Luiz Inácio Lula da Silva, do Partido dos Trabalhadores, contra a ameaça iminente do movimento bolsonarista aliado às big techs e ao governo Donald Trump. Apropriar-se dos meios que vêm sendo utilizados para acelerar a entropização deletéria do tecido social pelos algoritmos (ambiente em que a extrema direita lucra política e economicamente), mas no sentido de avançar um projeto alinhado aos melhores interesses dos brasileiros dadas as alternativas disponíveis.

Cabe apontar pelo menos duas especificidades do caso brasileiro que impulsionam o sucesso do janonismo. A primeira e mais óbvia é que a magnitude da adesão ao canal de

WhatsApp Exército do Lula, liderado pelo deputado André Janones, bem como a adesão às missões, dependeu enormemente da figura de Lula, o maior líder popular da história do país e um dos maiores do mundo, que já havia realizado três mandatos presidenciais (2003-2006, 2007-2010, 2023-2026). Outro fator é que a confluência para o janonismo só ocorreu após um resultado catastrófico no primeiro turno das eleições presidenciais, com o adversário terminando à frente, o que provocou a irrupção de energia que seria canalizada para a insurgência informacional, garantindo a vitória de Lula. Resta saber se a replicação do janonismo pode prescindir desses dois fatores e quais mutações serão necessárias em cada contexto.

Esse tipo de insurgência informacional não substitui a ocupação das ruas e dos espaços públicos por manifestantes. As duas formas de mobilização se retroalimentam positivamente. As grandes manifestações atraem mais pessoas para a militância informacional, que difunde e amplifica mediante circulação de imagens a magnitude das demonstrações. É preciso ocupar as ruas e as redes.

1. HYPAR O PRÓPRIO CAMPO. Em situação de mobilização, é obrigatório curtir, repostar, salvar e compartilhar (ou seus equivalentes na plataforma em questão) todas as publicações do campo aliado, sobretudo as da figura principal. É necessário que o máximo de perfis desse campo se sigam mutuamente, produzindo uma massa de conteúdos que se amplificarão com grande magnitude. Em caso de conteúdo em vídeo, assisti-lo até o final. É preciso interagir ao máximo, despertar o interesse do algoritmo e gerar o maior engajamento possível por tempo de tela. A ideia é floodar a infosfera de conteúdo favorável, ocupar o tempo e o espaço das redes e dos usuários.

2. JAMAIS ENGAJAR O CAMPO ADVERSÁRIO. Tão ou até mesmo mais importante que hypar o próprio campo é **NUNCA** engajar com provocações adversárias: não responder, xingar ou debochar. Passar adiante, ignorar e bloquear. Não permita que o adversário determine sua agenda. Acompanhe os movimentos da oposição sem transformar cada provocação em uma disputa pública. **NUNCA** engajar com **NENHUM POST** do adversário. O algoritmo contabiliza apenas **QUANTUM** de interação. A sua interação apenas alimentará o adversário. Um post chegou ao seu feed? **PASSE RÁPIDO** para o algoritmo não entregar mais. Bloqueie antecipadamente perfis relevantes da oposição. Repreenda duramente os soldados que incorrerem nesses comportamentos, exigindo que **apaguem** posts.

3. VIGÍLIA NAS REDES. Acompanhar a dinâmica das hashtags, os assuntos em circulação e a cobertura da mídia

tradicional. Manter uma rotina de **rondas pelos territórios** digitais, diagnosticar os fronts sob ameaça (em quais plataformas estão ganhando espaço) e avaliar continuamente os resultados das ações.

4. CENTRALIZAÇÃO DAS POSTAGENS. Manter consistência nas hashtags utilizadas e nas imagens e vídeos postados, evitando dispersar as iniciativas. Acompanhar sua circulação em determinado dia e horário, todos podem convergir sobre um mesmo conteúdo, cuja disseminação assume a forma de **onda**. Uma palavra de ordem precisa de continuidade, reconhecimento e direção comum. A dispersão excessiva fragmenta a atenção e enfraquece a identidade das iniciativas. Na eleição brasileira de 2026, um exemplo foi a convocação de Janones para que apoiadores publicassem, simultaneamente (exatamente no mesmo horário), fotografias com a camisa da Seleção Brasileira e fazendo o L com as mãos. O gesto comum articulou a presença de milhares de perfis em uma manifestação coletiva e se associou à disputa pelos símbolos nacionais. **DEVEMOS PASSAR LENIN A LIMPO:** extrair de sua experiência revolucionária o que permanece vivo para o nosso tempo: a articulação entre propaganda, agitação e organização. As hashtags e os conteúdos compartilhados podem funcionar como palavras de ordem e pontos de convergência, desde que integrados a um **vetor político reconhecível**, seja ele tático e circunstancial (ad hoc), seja estratégico e de longo prazo.

5. INFLUÊNCIA DO ROSTO. Os franceses Deleuze e Guattari já sabiam: **O Rosto é uma *máquina*.** No Brasil, o

janonismo produziu a revolução dos low profiles: pessoas comuns passaram a expor suas posições políticas nas contas pessoais, com banners, fotografias e marcas-d'água políticas. A política ganhou rostos conhecidos para além das figuras públicas e ativistas. Um rosto conhecido transforma a mensagem em posição assumida, afeta seu entorno e politiza relações cotidianas. **Não subestime a potência de aparecer.**

6. CONTEÚDO FURA-BOLHA. Aprenda a reconhecer e produzir conteúdos capazes de circular fora dos circuitos politizados: músicas, montagens, humor, cultura pop, esporte e entretenimento. A operação atua tanto na curadoria — identificar materiais com discurso favorável aos aliados e potencial de atravessar bolhas (cenas de filme, músicas, posts de artistas) — quanto na produção deliberada de conteúdos cuja força de circulação precede sua leitura política. Janones compreendeu a importância desse registro. O conteúdo fura-bolha não é apenas aquele que não tem aparência de propaganda: ele pode ser propaganda e, ainda assim, furar a bolha. Isso depende de seus pontos de contato e de sua possibilidade de passagem e incitação do desejo de compartilhar. “Desafios” e “brincadeiras”, por exemplo, podem se enquadrar nessa categoria.

7. PRODUÇÃO MASSIVA E ESTÉTICA DE IA. As ferramentas de inteligência artificial estão disponíveis para qualquer um com acesso à internet e disseminaram o acesso à produção rápida de imagens. É necessário floodar as redes com materiais políticos em imagem estática ou vídeo, em todas as estéticas possíveis (do apelo popular do kitsch, à sofisticação

artística ou ao shitpost). Paródias de fotos ou vídeos famosos, como cenas de filme, reality shows, memes ou videoclipes, com os personagens substituídos por figuras políticas a serem promovidas ou depreciadas têm forte potencial de engajamento.

8. ESPELHAMENTO. O espelhamento pode ser usado de diferentes modos. A própria estrutura de comunicação do janonismo espelha a adversária, mas de forma mais organizada e com soldados treinados (a extrema direita conta muito com o favorecimento das plataformas e compra de números de visualizações impulsionando o "engajamento espontâneo"). As formas e padrões de memes, imagens e vídeos do adversário são apropriados, invertendo seus referentes. Por exemplo, edições de vídeo de mogging exaltando a figura central do campo aliado. Também se pode espelhar o sentido de uma mensagem. Por exemplo, um post com o dito "Nós vamos aposentar o Lula" não é respondido com comentários em defesa do presidente, mas com um **outro post** dizendo "Nós vamos aposentar os Bolsonaros", que será impulsionado com ações coordenadas de engajamento e **sobreporá** o primeiro. Uma narrativa fake pode ser espelhada com uma contranarrativa que produza inversões de modo a ridicularizá-la. Na disputa entre hashtags o espelhamento se torna especialmente visível. Uma tag adversária que esteja ganhando tração pode ser espelhada com uma tag favorável que use alguns termos em comum com a primeira. Quando supera a popularidade da adversária, a tag favorável a suprime. O espelhamento disputa simultaneamente o sentido (flooda a

infosfera com uma mensagem) e a atenção (inclusive do próprio campo adversário, que produzirá o engajamento). O mais importante é ter poderio suficiente para que o espelhamento se sobreponha. É uma questão de força.

9. APROPRIAÇÃO E DESESTABILIZAÇÃO DE SIGNOS. A insurgência deve intervir sobre as significações impostas pelo campo adversário, que coloniza símbolos, signos e a própria linguagem. Floodar a infosfera com um signo deslocado do sentido usual é o suficiente para explorar sua ambiguidade, de modo que o adversário já não possa mais contar com a estabilidade semântica. Este é um desdobramento específico do item anterior. No Brasil, a extrema direita havia se apropriado de símbolos nacionais como a icônica camisa da Seleção Brasileira de Futebol e a Bandeira Nacional. Uma das ações do janonismo consistiu em retomar esses símbolos. Alguns aspectos devem ser destacados. 1. Isso efetuou uma quebra de tabu no campo pró-Lula, que havia desenvolvido aversão tribal a esses símbolos; 2. A ação apelou instrumentalmente para a carga afetiva que a temática nacionalista ainda é capaz de ativar entre os brasileiros, sobretudo numa eleição que se passou claramente sob intervenção estrangeira e ameaças à soberania nacional; 3. Gerou-se um senso de paranoia nos meios da extrema direita, acostumados a identificar automaticamente alguém vestido com verde e amarelo como aliado; 4. Produz um efeito de desmoralização do grupo adversário, que é inundado com imagens do inimigo ostentando os símbolos que julgava seus.

Evidente que essa instrumentalização de símbolos e do nacionalismo deve ser adaptada ao contexto de cada país.

10. HIPERSTIÇÃO MEMÉTICA. Disputar o imaginário é intervir na produção do real. Apropriar-se dos memes, produzir caricaturas e reconfigurar os símbolos coletivos permite introduzir narrativas que, ao circular, abrem possibilidades de ação. Na eleição brasileira de 2026, André Janones antecipava a vitória de Lula antes mesmo do início do segundo turno. Repetia o prognóstico no chamado pretérito profético, enunciando a vitória futura de LULA como acontecimento consumado. A recorrência desse gesto discursivo contribuiu para consolidar sua imagem de "profeta" entre os apoiadores. Não se tratava de um uso ingênuo da linguagem, já que a antecipação da vitória se mostrou, só-depois, como produtora uma figura de enunciação, que introduzia o futuro desejado na percepção do presente. **FAKE IT TILL YOU MAKE IT?** Conferir presença atual ao que se pretende realizar. A operação hipersticional exige compreender essa retroalimentação entre imaginário e real.

11. ANYTHING GOES. Quaisquer pautas e métodos valem, desde que sejam favoráveis à causa defendida e tenham potencial de engajamento. Nas eleições brasileiras, foram utilizadas coisas tão distintas como a defesa de símbolos religiosos populares sob ataque do adversário, difusão de iniciativas do governo diretamente favoráveis aos direitos de trabalhadores formais e informais, uso de nudes e thirst traps, shitpostagem, adesão de artistas e influencers de diferentes

estratos, lançamento de músicas de gêneros distintos etc. etc. etc.

12. MOBILIZAÇÃO FORA DAS REDES. A mobilização digital deve converter-se, sempre que possível, em intervenção nos espaços físicos, que, por sua vez, **retroalimentará** a circulação digital. Panfletagens, distribuição de flyers, cartazes, colagem de materiais com QR codes, passeatas, caminhadas, manifestações de rua, panelaços, atos públicos, mobilizações sincronizadas, paralisações e intervenções visuais compõem um repertório amplo de ação. A disseminação deve ser pensada em continuidade com os demais tópicos deste manual. Os QR codes conectam a presença física à circulação digital, conduzindo diretamente a vídeos, montagens, publicações e páginas de campanha. Outra possibilidade consiste em despertar a curiosidade por meio de perguntas curtas, capazes de levar as pessoas a procurar determinado assunto nos mecanismos de busca. Na eleição brasileira de 2026, Janones explorou esse registro com chamadas como “QUEM É MARIANA?”. A pergunta funciona como dispositivo de passagem entre a rua, a curiosidade e a busca por informação. O importante é que o conteúdo encontrado corresponda ao interesse despertado. **DEVEMOS ERRADICAR o espírito missionário e catequético que herdamos de certas tradições do marxismo:** a fantasia de que a tarefa política consiste em “transmitir a consciência” caiu. O próprio termo conscientização já não serve para mais nada. **O QUE INTERESSA VERDADEIRAMENTE É O CONTÁGIO.**

POSFÁCIO:

P.S

Este livro é um **MANUAL**: pragmático e panfletário.

Aos interessados na elaboração conceitual que o sustenta, aguardem.

A teoria bruta será disseminada em breve sob os mesmos pseudônimos:

@YACOBVS & @DENGXIAOPIX

SEM COPYRIGHTS: DISSEMINEM!



MINIMANUAL DE INSURGÊNCIA INFORMACIONAL

(ou Janonismo)



@YACOBVS & @DENGXIAOPIX