

A TRINCHEIRA MARXISTA
MIDIATIVISMO E OS SENTIDOS MOBILIZADOS POR
SUJEITOS DISCURSIVOS NO YOUTUBE

6

Andressa Basilio (ssabasilio@gmail.com)*

Tathiana Chicarino (tschicarino@gmail.com)†

Resumo: O presente artigo tem por objetivo analisar a constituição de uma *trincheira* marxista no YouTube a partir dos sentidos mobilizados pelo discurso de três produtores de conteúdo/divulgadores do marxismo na plataforma: Jones Manoel, do canal que leva seu nome, Rita von Hunty, do *Tempero Drag*, e Sabrina Fernandes, do *Tese Onze*. A investigação empírica apoiou-se no ferramental teórico da Análise de Discurso e da Teoria Semiolinguística para mapear sujeitos discursivos (*éthos* e *páthos*), campo adversarial, formações discursivas e predileções temáticas de cada um dos canais, tomando como *corpus* empírico 254 vídeos publicados entre janeiro de 2019 e fevereiro de 2021, período em que a extrema direita neoliberal ocupa a Presidência do país. Os resultados indicaram a construção de três diferentes sujeitos discursivos em contexto midiativista: o “combatente revolucionário e o discurso de guerrilha”; a “professora ativista e o discurso debochado”; e a “militante estrategista e o discurso acadêmico”. Embora não se apresentem como um corpo discursivo homogêneo, identificamos dois principais pontos de convergência no decorrer da análise: formação política da audiência, no sentido de criação de uma “comunidade imaginada de iguais”; disputa hegemônica por uma visão de mundo que coloca o marxismo como alternativa para a superação do sistema neoliberal.

Palavras-chave: YouTube; marxismo; midiativismo; análise de discurso

THE MARXIST TRENCH: MEDIACTIVISM AND THE SENSES
MOBILIZED BY DISCOURSIIVE SUBJECTS ON YOUTUBE

Abstract: This article analyzes the constitution of a Marxist *trench* on YouTube through the meanings mobilized by the speech of three content producers/disseminators of the Marxism on the platform: Jones Manoel, from the channel named after himself, Rita von Hunty, from *Tempero Drag*, and Sabrina Fernandes, from *Tese Onze*. The empirical investigation was supported by the theoretical tools of Discourse Analysis and Semiolinguistic Theory to map discursive subjects (*éthos* and *páthos*), adversarial field, discursive formations and

* Possui graduação em Comunicação Social com ênfase em Jornalismo pela Faculdade Cásper Líbero (2012) e pós-graduação em Estudos Brasileiros pela Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo (2021).

† Doutora e Mestre em Ciências Sociais pela PUC-SP. Professora de pós-graduação na Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo. Pesquisadora do Núcleo de Estudos em Arte, Mídia e Política (NEAMP) da PUC/SP e do Grupo de Pesquisa Comunicação e Sociedade do Espetáculo Casper Líbero. Editora da *Aurora*, revista de arte, mídia e política.

thematic choices of each of the channels, taking as an empirical *corpus* 254 videos published from January 2019 to February 2021, a time in which the neoliberal far-right takes over the presidency in Brazil. The results indicated the construction of three different discursive subjects in a mediactivist context: the “revolutionary fighter and the guerrilla discourse”; the “artist teacher and the mocking discourse”; and the “strategist militant and the academic discourse”. Although they do not present themselves as a homogeneous discursive body, we identified two main points of convergence during the analysis: political formation of the audience, in the sense of creating an “imagined community of equals”; hegemonic dispute for a worldview that places Marxism as an alternative to overcoming the Neoliberal system.

Keywords: YouTube; marxism; mediactivism; discourse analysis.

1 INTRODUÇÃO

As Jornadas de Junho de 2013 aceleraram transformações no campo da comunicação no Brasil, na medida em que impulsionaram uma explosão de coletivos, redes, agentes e iniciativas de mobilização social que, com dispositivos alternativos de produção de informação, lançam novas vozes ao debate público (GOHN, 2014). Parte delas trava embate com o discurso hegemônico, em boa medida encampado pela mídia empresarial de massas, ao oferecer pontos de vista diferenciados sobre os acontecimentos.

Trata-se, como indica Bentes (2018), de uma experiência que altera a correlação de forças na mídia, na qual o jornalismo era pensado como prática de poder escondida sob o manto da função social de informar e reproduzir fatos.

Estamos vendo um deslocamento da comunicação para sua função expressiva e de invenção, nessa conversação de muitos com muitos. Não que essas funções clássicas desapareçam. Mas do que nos serve estar “informados” se não temos autonomia ou meios para criar conhecimentos. (BENTES, 2018, p. 167).

A internet e as Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) são suporte material para essas novas vozes, principalmente por facilitar a simultaneidade de transmissão de informações e a produção dos conteúdos, o que garante maior horizontalidade da comunicação. Dessa forma, as TICs não só possibilitam o fortalecimento de uma histórica articulação entre ação política e mídia, como ampliam e potencializam seu alcance de forma viral. “A internet torna-se o corpo dos movimentos políticos nas redes, não apenas um meio”, sintetiza Foletto (2018, p. 99).

O protagonismo da multidão de midiativistas (TEIXEIRA, 2014) que emergiu em 2013 é logo disputado por outras forças políticas, e no YouTube não será diferente. O site é acessado por dois bilhões de pessoas, quase um terço dos usuários de internet em todo o mundo (YOUTUBE, 2021). No Brasil, mais de 105 milhões de adultos acessam a plataforma todos os meses e 1.800 canais já

ultrapassam o primeiro milhão de seguidores¹. Em 2020, a população brasileira passou a consumir mais notícias pelas mídias sociais do que pela TV, como indica o Digital News Report (CARRO, 2020), e o YouTube a 3ª mídia mais procurada para essa finalidade.

Vale lembrar que, embora ofereça espaço para a diversidade de sujeitos, o YouTube opera sob lógica empresarial, com fins lucrativos e critérios pouco transparentes que garantem monetização e relevância a certos conteúdos em detrimento de outros, em uma hierarquização na qual “[...] a gestão algorítmica da atenção torna-se uma estratégia fundamental para os modos de capitalização de serviços digitais” (BENTES, 2019, p. 222).

Quando o assunto é política, o YouTube é dominado pela extrema direita. O The Intercept_Br (GHEDIN, 2019) indicou que dos dez canais que mais cresceram no segundo semestre de 2018 (período eleitoral) metade era dedicada a promover Jair Bolsonaro e disseminar conteúdos de extrema direita. A reportagem indica que a plataforma foi fundamental para formar um público que repetiu esse ideário, mas agora nas urnas.

Nesse sentido, Reis, Zanetti e Frizzera (2020, p. 49) identificaram maior presença de conteúdo conservador entre os vídeos que compuseram a lista de recomendações de vídeos da plataforma durante o 2º turno das eleições presidenciais de 2018.

Vê-se que em sua quase totalidade esses vídeos se inscrevem numa mesma narrativa de enaltecimento a Jair Bolsonaro, mostrando sua supremacia frente a minorias sociais, como feministas e LGBTs, e frente aos veículos tradicionais de mídia [...] Nem o critério de popularidade dos vídeos (número de visualizações) nem o de novidade (data de publicação) demonstram ser fatores importantes no sistema de recomendação do YouTube.

Esses mesmos autores trabalham o termo *conservador* como um conjunto de ideias e atitudes que visam à manutenção do sistema político existente e de seus modos de funcionamento, apresentando-se como contraparte das forças inovadoras (REIS; ZANETTI; FRIZZERA, 2020, p. 39). Contudo, apesar de Bolsonaro ter emergido como um candidato viável a disputar a presidência da República na esteira de uma onda conservadora observada nos estertores das Jornadas de Junho (ALMEIDA, 2019; BURITY, 2018), há diferenças conceituais e empíricas entre os termos conservador e direita (e seu extremismo).

O primeiro deve ser observado em relação à díade *progressista*, compreendendo ambos como antitéticos, reciprocamente excludentes e conjuntamente exaustivos (BOBBIO, 1994). Esses opostos relacionais podem apresentar conteúdos

¹ Os números foram apresentados na conferência anual YouTube Brandcast, voltada para marcas e anunciantes. A edição de 2020 foi realizada em 5 de novembro (ALVES, 2020).

descritivos, normativos e históricos que se articulam, em determinadas conjunturas, com representações ideológicas contidas no espectro esquerda/direita, uma linguagem política, segundo Bobbio (1994), que se diferencia, na esquerda, pelo maior apreço à igualdade e, na direita, pela liberdade. Ou seja, são distintos, mas podem se articular.

No caso específico de Bolsonaro, podemos observar o agenciamento dos dois termos. É preciso compreendê-lo no contexto do *cultural backlash* (NORRIS; INGLEHART, 2016) ou da reação às pautas consideradas progressistas e que possuem um caráter minoritário (BURITY, 2018). Trata-se de um político conservador, mas também de extrema direita por se afastar do contínuo esquerda/direita ao recusar os fundamentos democráticos, tais como: rejeição das regras democráticas do jogo (ou compromisso débil com elas); negação da legitimidade dos oponentes políticos; tolerância ou engajamento à violência; restrição das liberdades civis (LEVITSKY; ZIBLATT, 2018).

É nesse contexto, de ascensão da extrema direita e de um discurso conservador que busca se impor como valor e conduta públicas, que propomos analisar o que nomeamos de *trincheira* marxista no YouTube, a partir dos sujeitos e sentidos mobilizados no discurso de três dos principais produtores de conteúdo/divulgadores do marxismo na plataforma: Jones Manoel (canal Jones Manoel), Rita von Hunty (Tempero Drag) e Sabrina Fernandes (Tese Onze).

A investigação empírica foi conduzida a partir da sistematização e análise dos vídeos publicados nos respectivos canais entre janeiro de 2019 e fevereiro de 2021, intervalo temporal em que a extrema direita passou a ocupar o mais alto cargo de representação política no Brasil. Assim, objetivamos expor como uma parte do campo marxista se pensa e se comunica no YouTube e quais estratégias utilizam para “armar essas trincheiras”, demarcar terreno de luta e disputar visões de mundo.

A reflexão crítica sobre o *corpus* de análise foi feita à luz de conceitos e proposições da Análise de Discurso de Orlandi (2020) e da Teoria Semiolinguística de Charaudeau (2010) e Fiorin (2019), no ponto em que esta busca compreender a construção de sentido que se dá na relação entre atores (ou sujeitos) da enunciação.

Os atores da enunciação, imagens do comunicador e do enunciatário, constituem simulacros do autor e do leitor criados pelo texto. São esses simulacros que determinam todas as escolhas enunciativas, sejam elas conscientes ou inconscientes, que produzem os discursos. Para entender bem o conjunto de opções enunciativas produtoras de um discurso e para compreender sua eficácia, é preciso apreender as imagens do enunciador e do enunciatário, com suas paixões e qualidades, criadas discursivamente. (FIORIN, 2019, p. 161).

Então se percebe, conforme enunciado pelo linguista, que as escolhas enunciativas dizem muito sobre o enunciador. Em termos, essas escolhas dizem até mais do que está textualmente grafado.

2 DIFUSÃO DO MARXISMO NO BRASIL

No capítulo 4 de *O que Fazer*, Vladímir Lênin aponta para a comunicação, em sua forma de agitação e propaganda, como fundamental para aglutinar descontentes com um regime de governo que vai contra os interesses da classe trabalhadora — na Rússia de Lênin, era o Czarismo. Em uma estratégia de superação desse regime, ele coloca como indispensável a aprendizagem revolucionária profissional, conduzida não só por líderes e dirigentes políticos, mas também por “talentos organizadores capazes de organizar um trabalho simultaneamente amplo e unificado, coordenado, que permita utilizar todas as forças, mesmo as mais insignificantes” (LÊNIN, 2020, p. 143).

Apesar dessa obra ter sido originalmente publicada em 1902, seu lançamento inédito no Brasil de 2020 chega para contribuir com a reflexão sobre a divulgação do marxismo como estratégia política para disputar visão de mundo. É importante mencionar que não há consenso sobre a definição de marxismo. Este artigo apoia-se na definição de José Paulo Netto (2017, posição 121) para quem o mais correto seria falar em “marxismos”, como uma série de interpretações, acréscimos variados da obra de Karl Marx, condicionados, cada um deles, por injúrias históricas, culturais, políticas:

Penso que uma abordagem válida (mas igualmente polêmica) é aquela que toma a obra marxiana como sendo, essencialmente, uma *teoria da sociedade burguesa*: um complexo sistemático de hipóteses verificáveis, extraídas da análise histórica concreta, sobre a gênese, a constituição e o desenvolvimento da organização social que se estrutura quando o modo de produção capitalista se torna dominante.

Como apontam Pereira (2016) e Vianna (2016), o marxismo chegou em terras brasileiras num contexto de turbulência política, derivada da acelerada industrialização que modernizou o país e da deterioração das condições de vida e trabalho associadas a isso. O Partido Comunista do Brasil, fundado em 1922, foi por muitos anos a principal, se não a única, porta de entrada da corrente por aqui. Contudo a precariedade de acesso aos escritos originais de Marx e Engels limitava a produção intelectual à cartilha ortodoxa soviética propagada pela Internacional Comunista (IC), que, segundo Pereira (2016, p. 24), a partir de Michel Löwy, era repleta de “formulações abstratas, esquemáticas e equivocadas sobre o sentido da história, muitas delas legitimadas por citações descontextualizadas de Marx, Engels e Lênin”.

Nos anos 30 e 40, o marxismo ganhou fôlego e frescor com Caio Prado Júnior. Também filiado ao PCB, ele se valeu de rigor científico e maior acesso ao acervo teórico para demonstrar a vivacidade de uma interpretação da sociedade

brasileira amparada na abordagem metodológica elaborada por Marx, o materialismo histórico. É Antonio Candido quem descreve, no prefácio de *Raízes do Brasil*, escrito em 1967, o impacto e a originalidade da produção do autor.

[...] Formação do Brasil Contemporâneo surgiu em pleno Estado Novo repressivo e renovador. [...] Trazendo para a linha de frente os informantes coloniais de mentalidade econômica mais sólida e prática, dava o primeiro grande exemplo de interpretação do passado em função das realidades básicas da produção, da distribuição e do consumo. [...] Como linha interpretativa, o materialismo histórico, que vinha sendo em nosso meio uma extraordinária alavanca de renovação intelectual e política; e que, nessa obra, aparecia pela primeira vez como forma de captação e ordenação do real, desligado de compromisso partidário ou desígnio prático imediatista. (CANDIDO *apud* HOLANDA, 2014, p. 10).

Entre os anos 50 e 60, livros e conceitos de Karl Marx e de autores marxistas foram incorporados às instituições científicas e culturais de todo o mundo, abrindo espaço ao “marxismo acadêmico”. Ao estudar esse movimento a partir da Universidade de São Paulo, Rodrigues (2011) aponta para uma “rotação de sentido” do marxismo. Ao passo em que a universidade conferiu importância à corrente político-filosófica ao incorporá-la em leituras obrigatórias nos cursos de ciências humanas, contribuiu para cristalizar o método na intelectualidade brasileira despido de seu conteúdo revolucionário — a *práxis*, ou seja, a vinculação indissociável entre conhecimento e transformação social estrutural.

Essa desvinculação permanecerá como uma reminiscência até o momento em que a difusão do marxismo encontra o *lócus* de uma comunicação mais ampla propiciada pela internet. Entende-se a comunicação, a partir de Castells (2015, p. 32), como:

[...] a esfera social onde valores e interesses de atores conflitantes estão comprometidos em disputa e debate para reproduzir a ordem social, para subvertê-la, ou para acomodar novas formas resultantes de interação entre o velho e o novo, o passado de dominação cristalizado e o futuro de projetos alternativos para a existência humana promovidos por aqueles que aspiram a mudar o mundo e estão prontos para lutar por isso.

É nesse sentido de disputa hegemônica por concepções de mundo (COSBITO, 2017) que produtores/divulgadores de conteúdo marxista se situam, ou melhor dizendo, se posicionam, na medida em que retomam a *práxis* articulatória teoria e ação, mas agora no contexto do midiativismo que, tal qual como dito por Braighi (2016b, p. 6), trata-se de uma ação conduzida por pessoa que, movida pela vontade solidária, trabalha por intervenção social “[...] por meio de um registro midiático que visa amplificar conhecimento, espriar informação, marcar presença, empreender resistência e estabelecer estruturas de defesa”.

A partir de Cardon e Granjon (2010), Ramalho (2020) aponta os caracteres oligopolista, concentrado e mercadológico da mídia dominante, sendo o teor crítico a ela e a implementação de dispositivos alternativos de produção de informação os pilares fundamentais do midiativismo contra-hegemônico.

Essa abordagem denuncia flagrantemente a distribuição desigual dos fluxos de informação em escala global, a hegemonia cultural da mídia ocidental, a busca do lucro, o sensacionalismo, e assim por diante. A mídia é culpada pelo desalinhamento das prioridades da agenda pública, por ceder às pressões dos lobbies industriais, por reduzir sem ressonância os discursos dos governantes, por participar da produção de um pensamento único e por marginalizar propostas alternativas. [...] os jornalistas reproduzem o pensamento dominante pela ideologia, conivência ou sob as restrições impostas pelos aspectos econômicos da produção de informação (CARDON; GRANJON *apud* RAMALHO, 2020, p. 104).

Enquanto tecnologia discursiva, o midiativismo estabelece padrões que passam pelo confronto de informações e pontos de vistas diferenciados sobre os acontecimentos. Se isso aumenta a pluralidade do debate público, também traz como consequência o que Santana e Mari (2018, p. 215) chamaram de “fatiamento heterogêneo” desses grupos midiativistas, “tornando o espaço de concepção da informação uma conjugação entre o subjetivo e o intersubjetivo, entre o singular e o coletivo”. Bentes (2018, p. 158) também se debruçou sobre esse fenômeno e o categorizou como “comunidade imaginada de iguais”, na qual o consenso é produzido por cliques, *likes* e compartilhamentos.

Nesse contexto, as ações e o campo midiativista, para além do número de seguidores em páginas e canais, passam a ser medidos pelo “engajamento” — o total de interações que uma página/canal possui: a soma de seguidores, curtidas, comentários e compartilhamentos de todos os usuários que constroem um campo de influência, disputa e ação. (BENTES, 2018, p. 158).

Parte do midiativismo, com seu fatiamento heterogêneo e suas comunidades imaginadas de iguais, se encontra no YouTube, considerado por Burgess e Green (2009) o maior aglutinador de mídia de massa da internet do início do século XXI, e parte de uma longa história de cultura, mídia e sociedade.

O YouTube tem seu lugar dentro da longa história e do futuro incerto das mudanças da mídia, das políticas de participação cultural e no crescimento do conhecimento. Claramente, é tanto um sintoma como um agente das transições culturais e econômicas que estão de alguma maneira atreladas às tecnologias digitais, à internet e à participação mais direta dos consumidores; [...] Não há dúvidas de que se trata de um site de ruptura cultural e econômica. Entretanto esses momentos de transição de mídia não deveriam ser classificados como rompimentos históricos radicais, mas sim como períodos de turbulência crescente,

que se tornam visíveis conforme as várias práticas, influências, e ideias preestabelecidas competem com as emergentes como parte da longa história da cultura, mídia e sociedade. O YouTube não representa uma colisão e sim uma coevolução aliada a uma coexistência desconfortável entre “antigas” e “novas” aplicações, formas e práticas de mídia (BURGESS; GREEN, 2009, p. 32 e 33).

Assim, é possível tratar os produtores/divulgadores de conteúdo do marxismo no YouTube dentro de uma continuidade de mídia alternativa, mas também como midiativistas que, pelo discurso contra-hegemônico, empreendem resistência, disputam visões de mundo e instrumentalizam suas comunidades imaginadas para promover transformação social. É o caso da comunicação empreendida pelos autodeclarados marxistas Jones Manoel, Rita von Hunty e Sabrina Fernandes.

3 OS SUJEITOS DISCURSIVOS NA *TRINCHEIRA* MARXISTA

Para analisar a comunicação desses produtores de conteúdo/divulgadores do marxismo no YouTube, nos amparamos na Análise de Discurso (AD) a partir das definições de Orlandi (2020). Herdeira de três áreas de conhecimento (Linguística, Psicanálise e Marxismo), a AD considera o discurso como efeito de sentidos entre locutores, sentidos esses que são pensados a partir das dimensões de tempo e espaço das práticas sociais, descentrando a noção de sujeito e relativizando a autonomia da linguagem. A questão-chave que a AD busca responder é **como** um texto significa (e não **o que**).

Ao falarmos nos filiamos a redes de sentidos, mas não aprendemos como fazê-lo, ficando ao sabor da ideologia e do inconsciente. Por que somos afetados por certos sentidos e não outros? Fica por conta da história e do acaso, do jogo da língua e do equívoco que constitui nossa relação com eles. Mas certamente o fazemos determinados por nossa relação com a língua e a história, por nossa experiência simbólica e de mundo, através da ideologia. Por isso a Análise de Discurso se propõe a construir escutas que permitam levar em conta esses efeitos e explicitar a relação com esse “saber” que não se compreende, não se ensina, mas que produz seus efeitos. (ORLANDI, 2020, p. 32).

Para compreender como objetos simbólicos produzem sentidos, cabe ao analista vasculhar vestígios deixados pelo dizer e pelos gestos de interpretação, relacionando-os com a exterioridade refletida pelas condições de produção do discurso, tais como *contexto imediato*, *contexto socio-histórico*, *memória discursiva* e *ideologia*, esta entendida a partir da consideração da linguagem. “Enquanto prática significante, a ideologia aparece como efeito da relação necessária do sujeito com a língua e com a história para que haja sentido” (ORLANDI, 2020, p. 46).

Assim, quem se propõe a analisar um discurso, ensina Orlandi, tem a difícil tarefa de trabalhar nos limites da interpretação, uma vez que lhe é impossível não ser atravessada pela história, pelo simbólico e pela ideologia. Por isso, deve-se encontrar uma posição deslocada que lhe permita contemplar o processo de produção de sentidos para, então, compreendê-lo.

Compreender é saber como um objeto simbólico (enunciado, texto, pintura, música etc.) produz sentidos. É saber como as interpretações funcionam. Quando se interpreta já se está preso em um sentido. A compreensão procura a explicitação dos processos de significação presentes no texto e permite que se possam “escutar” outros sentidos que ali estão, compreendendo como eles se constituem. (ORLANDI, 2020, p. 24).

Esse posicionamento deslocado é adotado na condução deste estudo com o apoio teórico da Semiologia, tal qual abordada por Charaudeau (2010) e Fiorin (2019). Para esses autores, o ato comunicativo relaciona três instâncias: *enunciador*, *enunciatório* e *discurso*, ou, tomando por base conceitos da retórica aristotélica, *éthos*, *páthos* e *lógos*.

O *éthos* discursivo está relacionado ao tom presente em um texto, seja ele escrito ou oral, e está ligado à ideia de que quando falamos projetamos em nossos destinatários certa representação de nós mesmos. Abrange também corporalidade, na medida em que características físicas e os modos de se vestir e de se portar do autor do discurso também produzem sentidos.

Na materialidade discursiva da totalidade, as marcas do *éthos* do enunciador aparecem em qualquer elemento composicional do discurso ou do texto: escolha do assunto, construção das personagens, nos gêneros escolhidos, no nível da linguagem usada, no ritmo, na figurativização, na escolha dos temas, nas isotopias etc. (FIORIN, 2019, p. 143).

Assim como o *éthos* não é o autor real, *páthos* não é um interlocutor real, mas a imagem que o autor discursivo tem de sua plateia. É também, portanto, uma construção do discurso. Juntos, *éthos* e *páthos* são considerados sujeitos do discurso (ou coenunciadores) e a troca comunicativa ocorre a partir de um “jogo de expectativas” (CHARAUDEAU, 2010b), ou “jogo imaginário” (ORLANDI, 2020), uma vez que aquele que recebe o discurso não é ser passivo, mas também produtor de discurso na medida em que constrói, interpreta, avalia, compartilha ou rejeita significações.







Na materialidade discursiva da totalidade, as marcas do *páthos* do enunciatório se encontram em recorrências de qualquer elemento composicional do discurso ou do texto: modalização, seleção de temas, norma linguística escolhida, reiteração de traços semânticos, nas projeções da enunciação no enunciado, fontes usadas etc. (FIORIN, 2019, p. 158).

Para compreender a comunicação e os sentidos mobilizados pelos discursos dos produtores/divulgadores de conteúdo *marxista*, buscamos identificar *éthos*

e *páthos*, além de *predileções temáticas*, *formações discursivas* e *campo adversarial*, sendo que esta última categoria foi estabelecida a partir do referencial de Mouffe (2015), que compreende a política como sendo sempre contingencial, e, na concretude da ação política (o discurso é entendido como uma ação), é possível observarmos a existência de uma lógica adversarial, ou seja, quando são estabelecidas posições contrárias e em disputa hegemônica.

As categorias foram mapeadas a partir da totalidade de vídeos divulgados nas páginas oficiais dos canais do YouTube Jones Manoel, Tempero Drag e Tese Onze, publicados entre janeiro de 2019 e fevereiro de 2021. Ao todo foram levantados 254 vídeos, devidamente catalogados e com dados verificados pela última vez em 31 de março de 2021. Vale mencionar que *lives* e vídeos repostados de outros canais foram desconsiderados nesta análise, bem como palestras gravadas ministradas presencialmente para audiências fora do YouTube.

QUADRO 1 Corpus de análise

		
 Jones Manoel 146 mil inscritos	 Tempero Drag 752 mil inscritos	 Tese Onze 363 mil inscritos
77 vídeos	82 vídeos	95 vídeos
2.376.071 visualizações	27.007.887 visualizações	6.811.547 visualizações
400.600 likes	4.073.000 likes	1.082.400 likes
7.255 dislikes	34.547 dislikes	21.006 dislikes
30.318 comentários	168.537 comentários	63.953 comentários

Fonte: Elaborado pelas autoras, com dados dos canais Jones Manoel, Tempero Drag e Tese Onze, de 31 de março de 2021.

O estudo empírico acabou por revelar três tipos de perfis de comunicação, com sentidos que, embora convergentes, são protagonizados por diferentes sujeitos de enunciação com estratégias de funcionamento distintas: “combatente revolucionário e o discurso de guerrilha”; “professora ativista e o discurso debochado”; e “militante estrategista e o discurso acadêmico”.

4 COMBATENTE REVOLUCIONÁRIO E O DISCURSO DE GUERRILHA

Jones Manoel é formado em História, mestre em Serviço Social e educador popular. Nascido em 1990, passou boa parte da vida na favela do Borborema, no Recife (PE). Segundo o que diz, foi um dos primeiros da comunidade a ingressar no ensino superior, cursado na Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Militante do PCB (Partido Comunista Brasileiro), Jones relata ter conhecido Marx a partir da leitura de *Salário, Preço e Lucro*, obra de 1865.

O canal do YouTube que leva seu nome foi criado em 2013, mas o primeiro vídeo é de junho de 2017, intitulado *Marxismo e questão racial — Parte I*. Em março de 2021, tinha 146 mil inscritos e acumulava mais de três milhões e meio de visualizações, considerando a soma de todos os vídeos publicados até a data (MANOEL, 2017). O vídeo mais assistido é de 31 de julho de 2018: *Che Guevara: monstro ou herói revolucionário*, com mais de 175 mil visualizações, 22 mil curtidas e 2.401 comentários (MANOEL, 2018). A temática dos dois vídeos citados acima — teoria marxista, questão racial e América Latina — coincide com os eixos mais trabalhados no canal durante o período aqui analisado, com o acréscimo de imperialismo e questão militar.

Em geral, o conteúdo é abordado de forma expositiva e embasado na historiografia marxista. As poucas intervenções externas são vinhetas, ilustrações para capa dos vídeos (*thumbnails*), algumas imagens para ilustrar as exposições e cortes secos que, pela recorrência, indicam rigor com o controle do conteúdo. Há também a exibição de algumas cenas de *making off* com filtro P&B (preto e branco) que apresentam “erros” de gravação ou comentários descontraídos. O canal não segue cronograma fixo para publicações de conteúdo proprietário, o que, somado ao trabalho básico de pós-produção, permite inferir que ele é, dentre os analisados, o de menor grau de profissionalização. É também o com menos inscritos, como mostra o Quadro 1.

Todos os vídeos publicados começam com o agradecimento aos colaboradores do financiamento coletivo e finalizam com pedido de compartilhamento, *like* e inscrições no canal, com ênfase na importância de um trabalho coletivo de incentivo e divulgação marxista. Essa dinâmica é própria do YouTube e, uma vez assimilada, torna-se marcador de disputa narrativa dentro da plataforma. Os assuntos tratados partem, com frequência, de fatos políticos cotidianos ou discussões mobilizadas em outras redes sociais, principalmente Twitter. A estratégia pode visar ao aumento de engajamento dos vídeos e/ou fortalecimento da narrativa marxista no debate público.

Em relação aos sujeitos discursivos, é pelas transformações dos cenários e da corporalidade do locutor ao longo do tempo que percebemos um *éthos* militante que foi se revelando aos poucos. Objetos decorativos, como vaso e vitrola, deram lugar a quadros com referências a revoluções socialistas, além de autores e lideranças comunistas. Os livros também passaram a ter mais destaque. Dispostos na estante, servem como indicações de referência aos usuários. Até

as camisetas lisas usadas por Jones Manoel nos primeiros vídeos analisados foram substituídas pelas de estampa militante, com figuras como Marighella² e Thomas Sankara³ ou frases como “Fascismo não se debate”.

FOTOGRAFIA 1 Jones Manoel em cenário decorativo



Fonte: Elaborada pelas autoras, a partir do vídeo *As ilusões da representatividade: o antirracismo de mercado* (MANOEL, 2019).

Além de explicitar suas causas, o *éthos* também valoriza suas marcas de regionalidade. Para além do sotaque pernambucano, são recorrentes bordões, como “um cabra”, e gírias na linha de “isso é mais que conhecido, é pão comido”. O conjunto tom e voz, a mobilização de léxico marxista, como os termos “burguesia”, “luta de classes”, “capital e lucro”, somado às já referidas recorrências temáticas, denotam marcante traço combativo do *éthos*, na medida em que acionam argumentos embasados em conceitos, dados e informações citados à exaustão, buscam exemplos atuais para pontuar a opressão da classe trabalhadora e invocam embate com dois principais adversários: *liberais*, especialmente

² Nascido em Salvador (BA) em 1911, Carlos Marighella foi militante e político do Partido Comunista Brasileiro (PCB) e fundador da Ação Libertadora Nacional (ALN), o maior grupo armado de oposição à Ditadura Civil-Militar (1964–85). Considerado inimigo número um do regime, foi morto em emboscada policial na capital paulista, em 4 de novembro de 1969.

³ Nascido em 1949, Thomas Sankara foi presidente de Burkina Faso, um dos países mais pobres da África. Assumiu o poder com a revolução de 4 de agosto de 1983. Marxista confesso, ficou conhecido por sua postura anti-imperialista e pela busca da construção de uma unidade pan-africana. Foi assassinado em 1987, por conspiração militar liderada por Blaise Compaoré, que governaria o país até 2016.

FOTOGRAFIA 2 Jones Manoel em cenário militante



Fonte: Elaborada pelas autoras, a partir do vídeo *Imperialismo, dependência e fuga de cérebros* (MANOEL, 2020).

de espectro progressista, e *burguesia*. Contra a última, aliás, são comuns palavras de ordem relacionadas a um imaginário de violência revolucionária, como “guilhotina” e “paredão”.

Recorrendo à metáfora da *trincheira* no YouTube, a totalidade da materialidade discursiva de Jones Manoel permite posicioná-lo no fronte, como um guerrilheiro na linha de frente da disputa simbólica travada pelo marxismo e pela hegemonia na plataforma. Nesse combate, uma das principais estratégias é a instrumentalização teórica de militantes, explicitada pela quantidade de referências ao longo do conteúdo, todas bem descritas nas legendas dos vídeos, com links para conteúdos extras e de aprofundamento dos assuntos discutidos.

O *éthos* de combatente proposto é reforçado pelos vários momentos de desabafo de um sujeito discursivo que disputa visões de mundo, inclusive com setores da esquerda e dentro do próprio marxismo. Nesse tipo de recorrência, é possível perceber também um *éthos* relacionado ao intelectual da classe trabalhadora, que se pensa em oposição ao intelectual acadêmico e cuja práxis se dá no sentido de fortalecimento do poder popular e superação da sociedade burguesa.

Em relação à imagem do interlocutor (enunciatório), é possível identificar o *páthos* mobilizado em dois sentidos: por afinidade, com aqueles que desejam somar na luta pelo “poder popular”; e, por oposição, com aqueles que assistem aos vídeos para refutar argumentação, teses e ideias. Sendo assim, pode-se dizer que o primeiro e principal *páthos* é o militante já iniciado na teoria marxista, uma vez que o conteúdo dos vídeos, em sua maioria, exige compreensão prévia de categorias marxistas. Já o segundo se posiciona à esquerda no espectro

político, mas defende moderação e limita a experiência socialista russa ao governo de Josef Stalin.

O trecho a seguir integra o vídeo **Jones, qual é o seu marxismo? O marxismo no século XXI**, publicado em 26 de novembro de 2019 (MANOEL, 2019). Partindo de um desabafo, ilustra o caráter combativo de *éthos* que mobiliza um *páthos* da esquerda moderada, bem como a afirmação de um *intellectual de fora da academia* que disputa reconhecimento pela sua produção autoral.

Nos últimos dias tem rolando na internet um debate bem pouco produtivo e que tem um dos seus fundamentos a acusação de que eu seria um seguidor da tradição marxista supostamente criada pelo líder Stalin [...] Eu seria alguém que defende assassinato, perseguição, eu seria um fã de gulag. [...] A melhor forma de garantir a desumanização total do inimigo é você estigmatizar ele. É isso que é feito com determinadas correntes políticas, determinados autores, determinados grupos e veículos de comunicação que não seguem uma corrente política mais ou menos hegemônica na universidade brasileira. Então você estigmatiza como stalinista, cria uma caricatura. [...] não se precisa fazer nenhuma crítica à minha produção, produção que tem mais de 10 mil páginas escritas, horas e horas de vídeos gravados, palestras gravadas, livros, artigos, etc etc etc. Não se precisa debater, não se precisa refutar porque supostamente eu seria stalinista (MANOEL, 2019).

QUADRO 2 Categorias de análise do discurso de Jones Manoel

Análise do discurso	Definição
<i>Éthos</i>	Combatente revolucionário, intelectual da classe trabalhadora
<i>Páthos</i>	Militante marxista e esquerda liberal
Campo adversarial	Liberalismo/neoliberalismo, burguesia, fascismo e racismo
Formação discursiva	Disputa de visão de mundo, defesa do “poder popular” e da superação da realidade neoliberal
Predileções temáticas	Imperialismo, teoria marxista, questão racial, questão militar e América Latina

Fonte: Elaborado pelas autoras com base em Orlandi (2020) e Fiorin (2019).

5 PROFESSORA ARTIVISTA E O DISCURSO DEBOCHADO

Rita von Hunty é a maior produtora/divulgadora de conteúdo marxista analisada neste artigo. O canal *Tempero Drag* tem 752 mil inscritos e mais de 30 mil visualizações acumuladas (considerando a soma de todos os vídeos publicados). Quem dá vida à Rita é o professor e ator Guilherme Terreri, nascido em 1990 em Ribeirão Preto (SP), formado em Artes Cênicas pela UniRio e em Literatura Inglesa pela Universidade de São Paulo.

Foi justamente no YouTube que a drag queen ganhou notoriedade em 2014, ao integrar o reality show *Academia de Drags*, veiculado na plataforma. O canal de Rita von Hunty veio um ano depois, com o mote de ensinar receitas veganas. Em 2018, resolveu “tirar a mulher da cozinha e levá-la para a sala para falar de política” (LISBOA, 2019). Rita incorporou a persona de professora e passou a se posicionar como “ativista” e “marxista mística, porque gosta de signos”, como costuma dizer em seus vídeos. É dessa nova leva o vídeo mais popular do canal: **Rita em 5 minutos: Consciência de classe**, publicado em 6 de novembro de 2018 e que acumula mais de 878 mil visualizações, 113 mil curtidas e 2.806 comentários.

A trajetória do canal ajuda a explicar um dos pontos que logo chama a atenção, o alto grau de profissionalização. O trabalho de pós-produção é intenso, como demonstram vinhetas, logo, intervenções gráficas e sonoras diversas e constantes ao longo de todo o conteúdo. Os vídeos se encerram com longa lista de créditos citando toda uma equipe por trás das câmeras. O cenário minimalista contrasta e, por isso, dá protagonismo à estrela que conduz o show e cuja altivez se manifesta já no nome.

Pensar Rita von Hunty a partir da associação entre forma e conteúdo é fundamental para entender seu *éthos* discursivo, que tem o humor debochado como principal estratégia. O deboche, aliás, começa logo pela corporalidade: roupas, peruca e postura mobilizam o estereótipo de uma mulher conservadora aos moldes de Margaret Thatcher. Durante suas exposições, técnicas teatrais, com olhares, pausas dramáticas e diferentes modulações da voz, facilitam a compreensão das densas informações passadas em cada um dos vídeos.

O humor e a ironia servem ao propósito de despertar reflexão crítica em seus interlocutores. Nesse sentido, as intervenções gráficas recorrentes podem ser assumidas como recursos didáticos escolhidos também para provocar o riso. Vale dizer que o tom discursivo de escárnio e deboche é explicitado até mesmo nas legendas dos conteúdos publicados, como ilustra o vídeo **BÍBLIA: A ESCRITURA SAGRADA?????????** e a imagem abaixo retirada dele:

Embora as descrições feitas até aqui aproximem o *éthos* ao universo do entretenimento, a forma como o conteúdo é trabalhado pelo sujeito discursivo não esconde um lugar social familiarizado com o *lócus* acadêmico. As exposições são feitas com admirável capacidade didática e sintética de apresentar

FOTOGRAFIA 3 Rita von Hunty lista mitos contidos na Bíblia



Fonte: Elaborada pelas autoras com base no vídeo BÍBLIA: A ESCRITURA SAGRADA?????????, publicado em 21 de maio de 2019 no canal Tempero Drag (HUNTY, 2019).

temas complexos da experiência social, como **religião, trabalho, gênero e relacionamento**, sempre amparadas pelos estudos culturais e embasadas em argumentação marcada pela excessiva citação de estudos, livros e autores. Desse modo, esse *éthos* carrega traços de professora formada numa lógica própria à academia científica, o que pode ser demonstrado no trecho abaixo, retirado do vídeo **DELIVERY DE CONHECIMENTO**, publicado em 3 de março de 2020:

O processo de compreender o conhecimento é algo que nos extrapola, ele não tá dentro da gente, mas o conhecimento está no encontro da nossa percepção com a realidade. Para que a gente produza então uma crença verdadeira e justificada, é necessário que a gente faça pesquisa, que a gente tenha acúmulo teórico, que a gente tenha empirismo na realidade, que a gente ponha as nossas crenças à prova [...] Nunca foi o meu intuito vir pra cá tecer um comentário político, nunca foi a minha intenção vir pra cá dar a minha opinião sobre alguma coisa. Chegar aqui e falar "eu acho", "eu penso", "eu imagino". Eu sempre procurei, aqui no canal, falar sobre coisas que eu estudo, ou estudei, ou sei um pouquinho sobre. Pra base teórica marxista, por exemplo, não existe conhecimento à priori. Como Platão defendia, não existe 'mundo das ideias'. A gente não conhece nada antes de experienciar. Todo conhecimento também é um modelo provisório. (HUNTY, 2020).

A já citada dimensão coletiva do conteúdo pode ser identificada nos vídeos em recorrentes diálogos e trocas com as pessoas de sua equipe e nas playlists

“Mulheres F_D4”, feita em parceria com sua produtora, e “Fala Camarada”, na qual Rita cede espaço para que outros produtores de conteúdo do YouTube se apresentem. Isso não é pouca coisa, considerando que é, dentre os canais analisados, o mais expressivo em números. Vale mencionar que tal prática, na qual canais maiores ajudam a promover outros menores, é comum no YouTube e conhecida pelo termo em inglês *collab*, de colaboração. Uma vez assimilada, pode ser vista como marcador de disputa narrativa.

FOTOGRAFIA 4 Rita von Hunty e sua produtora Mariana Gilber



Fonte: Elaborada pelas autoras com base no vídeo *Mulheres Foda #06: Nise da Silveira*, publicado em 19 de novembro de 2019 (HUNTY, 2019).

Já o *páthos* mobilizado pertence à comunidade LGBTQIA+ e simpatizantes, que, por sua diversidade intrínseca, não necessariamente partilham das mesmas convicções políticas do *éthos*. Algumas recorrências que explicitam isso é o uso de vocativos como “angeles”, “arrombadinhos e perversidinhos”, do bordão “eu preciso que você entenda” e apelidos bem-humorados para autores, como *Tio Karlinhos* (referente à Karl Marx) e *Seu Raimundinho* (referente à Raymond Williams). É possível inferir que o humor é estratégia de ampliação da divulgação do marxismo, assim como a inclusão recente no canal de tradução simultânea em Libras (outro traço da profissionalização do canal).

6 MILITANTE ESTRATEGISTA E O DISCURSO ACADÊMICO

O canal Tese Onze é comandado pela professora e pesquisadora Sabrina Fernandes, nascida em Goiânia (GO) em 1988 e formada em economia, com doutorado em sociologia política pela Carleton University, no Canadá. Foi na universidade canadense que Sabrina começou a se aprofundar em Marx, num

QUADRO 3 Categorias de análise do discurso de Rita von Hunty

Análise do discurso	Definição
<i>Éthos</i>	Professora ativista
<i>Páthos</i>	Comunidade LGBTQIA+
Campo adversarial	Neoliberalismo, elite brasileira, religião, machismo
Formação discursiva	Humor debochado e irônico para expor fenômenos sociais sob ótica do materialismo histórico e de estudos culturais
Predileções temáticas	Questões de gênero, religião, relacionamentos e trabalho

Fonte: Elaborado pelas autoras com base em Orlandi (2020) e Fiorin (2019).

estudo guiado sobre *O Capital* (1867). A sua tese de doutoramento, sobre fragmentação e despolitização da esquerda brasileira, foi premiada pela Associação Canadense de Estudos Latino-Americanos e do Caribe e publicada no Brasil como livro — *Sintomas Mórbidos: a encruzilhada da esquerda brasileira* (FERNANDES, 2019b).

Dois pontos na biografia de Sabrina são fundamentais para entender o sujeito discursivo que se apresenta em seu canal no YouTube: ela integra o coletivo Subverta, vertente ecossocialista do PSOL, e, após estreitar seu canal em junho de 2017 com o nome *À Esquerda*, rebatizou-o com a 11ª tese crítica de Karl Marx à filosofia de Ludwig Feuerbach, que diz que “os filósofos apenas interpretam o mundo de diferentes maneiras; porém o que importa é transformá-lo” (MARX, 2003).

A partir da totalidade dos vídeos publicados durante o período analisado, é possível observar que “agroecologia”, “ecossocialismo” e “importância da práxis” são eixos temáticos que permeiam a maioria dos conteúdos trabalhados. Outras recorrências temáticas são “identidade das esquerdas no Brasil” e “feminismo”, além de “teoria marxista”.

Dos três canais analisados neste estudo, o Tese Onze foi o que cresceu mais rápido, como mostra a ferramenta Google Trends Brasil (SABRINA..., 2018), na qual é possível identificar que o nome Sabrina Fernandes passou de dez para 110 buscas mensais no YouTube apenas um ano e meio após sua estreia. O vídeo mais popular, **Socialista de iPhone?**, é de fevereiro de 2018 e soma mais de 479 mil visualizações, 50 mil *likes* e 2.079 comentários (FERNANDES, 2018). Em 31 de março de 2021, o canal contava com 363 mil inscritos e quase 12 milhões de visualizações acumuladas (somando todos os vídeos publicados), como mostra o Quadro 1.

Parte desse crescimento pode estar associado aos investimentos e à dedicação ao canal, que, assim como o *Tempero Drag*, demonstra alto grau de profissionalização. Há rígido cronograma de publicação dos vídeos, vinhetas elaboradas e logo, com identidade visual que muda de tempos em tempos, além de intervenções gráficas, acusando todo o trabalho de pós-produção e o olhar para constantes aperfeiçoamentos.

Os vídeos são numerados e organizados em playlists. Uma delas, sobre a Palestina, fez tanto sucesso entre seus seguidores que a produtora de conteúdo lançou uma campanha de financiamento coletivo para ampliar a discussão em um documentário — **Sumud: vozes da terra palestina** (FERNANDES, 2019c), que conta histórias de resistência cotidiana da população da região. Vale dizer que a divulgação constante da ferramenta de financiamento coletivo do canal é recorrente, assim como *collabs* e indicações de outros produtores marxistas e ecossocialistas, além de vídeos com entrevistas de pesquisadores e ativistas.

O conjunto dessas características e práticas até aqui descritas embasa a classificação deste *éthos* como militante estrategista, com o conteúdo trabalhado de forma a atender duas frentes: o fortalecimento da comunidade à qual pertence e o aprofundamento teórico de seu interlocutor. Dos três analisados, Sabrina é a que mais articula novos conteúdos com o acervo já construído no canal, o que explicita também uma intenção de formação continuada de seus seguidores.

Em relação à corporalidade, a autora do discurso demonstra certa preocupação estética, com movimentos bem controlados na frente da câmera, maquiagem no rosto e cabelos que variam de cor e corte de tempos em tempos. Tal corporalidade se vincula a um *éthos* que combate a oposição entre *intelecto* e *beleza*, da qual as mulheres são as maiores vítimas, e se afasta também de qualquer visão estereotipada sobre militantes marxistas. Uma de suas playlists, *Maquia e fala*, traz um sujeito discursivo que destrincha conceitos teóricos e provoca reflexões políticas aprofundadas enquanto faz maquiagem em frente ao espelho (FERNANDES, 2020).

Durante suas exposições, o sujeito discursivo mobiliza com frequência léxico próprio do marxismo, como *burguesia*, *luta de classes*, *capital*, *realidade concreta*, *classe trabalhadora* e *práxis*. Também evidencia a defesa de causas *sustentabilidade ambiental*, *veganismo* e *soberania alimentar*. Praticamente todos os vídeos trazem assuntos da política brasileira debatidos pelos conglomerados de mídia ou nas redes sociais, o que pode gerar maior engajamento, e é marca da disputa narrativa. As análises de conjuntura são outra constante e sempre obedecem ao critério dialético da relação entre estrutura e agência, próprio do materialismo histórico.

Outra recorrência importante é a oposição a Jair Bolsonaro, com críticas em praticamente todos os vídeos publicados no período restrito à análise. Em três deles, o sujeito discursivo fala em inglês, com legendas em português, o que

FOTOGRAFIA 5 Sabrina Fernandes mostra que militante também cuida da beleza



Fonte: Elaborada pelas autoras com base no vídeo “Fogo nos fascistas”, *academicismo e outros termos complicados* | *Maquia e fala 02*, publicado no canal Tese Onze, em 9 de julho de 2020 (FERNANDES, 2020).

denota interesse de que a narrativa contra-hegemônica chegue a públicos fora do Brasil. Nesse sentido, há também vídeos no canal com legendas em francês e italiano. É, portanto, uma comunicação que se pensa estrategicamente para demarcar posição política e visão de mundo.

Vale mencionar ainda que o sujeito discursivo evidencia um lugar social de pesquisadora acadêmica pela própria construção narrativa dos conteúdos, com introdução do tema, desenvolvimento e conclusão, e também na indicação de referências teóricas ou leitura de trechos de livros para ilustrar conceitos ou fortalecer a argumentação. O trecho abaixo, extraído do vídeo **Paulo Freire e um desabafo | vlog 008**, publicado em 24 de maio de 2019, exemplifica um *éthos* preocupado com o caráter pedagógico e com a instrumentalização estratégica do *páthos*.

O Tese Onze não é aquele canal que você gostaria às vezes de mandar no grupo de WhatsApp pra “pronto, palavra final” em cima da discussão que estava tendo naquele grupo da família. Ao contrário, eu vejo o Tese Onze muito mais como um canal em que você vai ter que parar para pensar em todos os argumentos que você tem trazido até o momento, quais são os próximos argumentos que você vai trazer e, aí sim, você mesmo vai entrar nessa didática, você mesmo vai comunicar com as pessoas. Até porque é muito menos alienante, num debate em que as pessoas se conhecem, elas debaterem entre si, do que você jogar ali o vídeo, a imagem de uma pessoa que elas não fazem ideia de quem é,

FOTOGRAFIA 6 Em inglês, Sabrina lista impactos ambientais da gestão de Bolsonaro



Fonte: Elaborada pelas autoras com base no vídeo *Bolsonaro's terrible environmental record in Brazil | Thesis Eleven 002 [EN|PT]*, publicado em 22 de agosto de 2019 (FERNANDES, 2019a).

que elas vão odiar de cara só porque tá relacionado com uma visão que elas não concordam. (FERNANDES, 2019).

Assim, o *páthos* mobilizado é, essencialmente, alguém que busca aprofundamento teórico contra-hegemônico. Ao enfatizar com recorrência a importância de estudo, pesquisa e reflexão sobre a prática, o *éthos* parece mobilizar um *páthos* parecido, que mantém um “caderninho de anotações” e vai atrás de referências e autores indicados. Há, inclusive, uma playlist no canal chamada *Dicas*, na qual o sujeito discursivo dá conselhos sobre como estudar, pesquisar e escrever.

Assim, na trincheira marxista do YouTube, esse *éthos* pode ser pensado como estrategista, que convoca a militância a estudar minuciosamente cada um de seus passos para se defender e contra-atacar o grande inimigo, resumido na figura de Jair Bolsonaro e integrantes de seu governo, além de forças políticas, como Agronegócio e o Neoliberalismo.

O fortalecimento da comunidade de produtores de conteúdo marxistas no YouTube é também outra estratégia recorrente, com a constante indicação de outros canais, além de entrevistas e parcerias para a produção de conteúdo colaborativo.

7 CONSIDERAÇÕES ACERCA DOS TRÊS SUJEITOS DISCURSIVOS EM ENTRINCHEIRAMENTO

O YouTube se apresenta como um campo fundamental de disputa hegemônica. Nesse sentido, buscamos demonstrar a existência de uma *trincheira* marxista

QUADRO 4 Categorias de análise do discurso de Sabrina Fernandes

Análise do discurso	Definição
<i>Éthos</i>	Militante estrategista e pesquisadora acadêmica
<i>Páthos</i>	Pessoa que se identifica com o marxismo e que busca construir conhecimento a partir de estudo e pesquisa
Campo adversarial	Jair Bolsonaro e seu governo, machismo, neoliberalismo, burguesia brasileira, agronegócio
Formação discursiva	Análises de conjuntura política com argumentação baseada em rigor metodológico e referências
Predileções temáticas	Ecosocialismo/veganismo/agroecologia/questão ambiental, impasses da esquerda brasileira, feminismo e marxismo

Fonte: Elaborado pelas autoras com base em Orlandi (2020) e Fiorin (2019).

através dos sentidos mobilizados por Jones Manoel, Rita von Hunty e Sabrina Fernandes. Através da AD, sistematizamos três diferentes sujeitos discursivos na produção midiática: combatente revolucionário, professora ativista e militante estrategista, cada um deles com estratégias discursivas e interlocutores distintos.

No fronte da batalha de narrativas, o sujeito discursivo de Jones Manoel usa estratégia de guerrilha para instrumentar e mobilizar outros militantes marxistas em direção à construção do poder popular e superação da sociedade neoliberal. Além da burguesia, seu campo adversarial inclui também a esquerda liberal, frequentemente mobilizada nos vídeos. Por meio desse sujeito discursivo, o marxismo disputa visão de mundo principalmente pelos eixos temáticos *imperialismo*, *questão racial* e *questão militar*, com conteúdos que combinam sólida argumentação e exemplos práticos vivenciados pela classe trabalhadora brasileira.

Na díade forma-conteúdo (ou arte-ativismo), o sujeito discursivo de Rita von Hunty recorre ao humor e ao deboche para capturar a atenção de uma comunidade tão ampla e diversa quanto a LGBTQIA+. O escárnio e a ironia são trabalhados de forma a despertar riso, mas também reflexão. O marxismo é apresentado como marcador de disputa de mundo por meio das dimensões cultural e social de fenômenos complexos, como *religião*, *gênero* e *relacionamento*. Citações, estudos, livros e autores são agregados ao conteúdo para instrumentalizar interlocutores no sentido de problematizar crenças limitantes e individualismo.

Com rigor metodológico, o sujeito discursivo de Sabrina Fernandes é estratégico na forma de trabalhar conteúdos para instrumentalizar a audiência, disseminar informações contra-hegemônicas sobre a conjuntura do país, inclusive para não brasileiros, e fortalecer sua comunidade política. Convoca o interlocutor a tomar nota e estudar conceitos, mas também a transformar conhecimento em ação, especialmente no sentido de superar males causados pelo agronegócio e pelo neoliberalismo, potencializados pelo governo de Jair Bolsonaro. O marxismo é combinado a temas como *feminismo*, *ecossocialismo*, *veganismo* e *agroecologia* e se apresenta como essencial para pautar uma sociedade que respeita todas as formas de vida e existência.

Apesar de minoritários dentro do universo de canais de YouTube e de enfrentarem a lógica comercial segundo a qual a plataforma amplia o alcance de certos conteúdos em detrimento de outros, esses produtores de conteúdo/divulgadores do marxismo se filiam a uma comunidade que cresce, se profissionaliza, se diversifica em audiência e ganha espaço dentro da plataforma.

Isso acontece com a ajuda de financiamento coletivo, mas também pela produção colaborativa e indicação de conteúdos uns dos outros. O comprometimento com a formação política da audiência, com vídeos com densidade de conteúdo e referências teóricas, pode ser o indicador de um novo tipo de engajamento que se antepõe ao efêmero, superficial e fragmentário.

Sem formar um corpo discursivo homogêneo, mantendo suas idiosincrasias, os três integram uma “comunidade imaginada de iguais” (BENTES, 2018), na medida em que, na interação entre poder e contrapoder (CASTELLS, 2015), passam a disputar visão de mundo, mais especificamente uma visão de mundo que coloca o marxismo como alternativa para a superação do neoliberalismo.

O intervalo temporal de análise empírica se situa no período em que a extrema direita neoliberal ascende ao poder através da figura de Jair Bolsonaro, um sujeito discursivo que coloca o marxismo, ou o comunismo de forma mais geral e com maior presença socio-histórica em nosso imaginário coletivo, como um inimigo a ser combatido; um inimigo construído a partir de significantes vazios (LACLAU, 2015), um termo indeterminado que se torna objeto de disputa política por fechamentos semânticos contingentes.

Esse significante vazio pode discursivamente se concretizar na circunscrição do bode expiatório “comunismo” por ser capaz de mobilizar todo um aparato ideológico a fim de desqualificar eventuais opositores do governo, demarcar terreno de luta e transferir culpas e responsabilidades, conforme definiu Nogueira (2019). Um exemplo dessa mobilização é a proposta do deputado federal e filho do presidente, Eduardo Bolsonaro, em projeto de lei apresentado em setembro de 2020 que objetiva criminalizar o comunismo. Apelando para uma falsa simetria da corrente político-ideológica com o nazismo — que já tem sua apologia proibida por lei desde 1989 —, o novo texto prevê a aplicação de 9 a 15 anos de prisão para quem:

Fabricar, comercializar, distribuir ou veicular símbolos, emblemas, ornamentos, distintivos ou propaganda que utilizem as bandeiras, símbolos, imagens ou outros atributos nos quais seja reproduzida a combinação de foice e martelo, foice, martelo e estrela pentagonal, a cruz suástica ou gamada, arado (vanga), martelo e estrela pentagonal para fins de divulgação do nazismo ou do comunismo (BRASIL, 2020).

Ainda vale mencionar que a pena proposta é aumentada em um terço “quando a propaganda do comunismo for feita em escolas, universidades, local de trabalho ou por meio de rádio ou televisão”, ponto que explicita a estratégia amigo-inimigo do bolsonarismo que se diferencia da lógica adversarial exatamente pela eliminação do outro (MOUFFE, 2015), mas aqui voltada especificamente para o campo da chamada guerra cultural.

Rocha (2021) vincula a guerra cultural promovida pelo movimento bolsonarista à matriz narrativa do documento produzido pelo Exército brasileiro *Orvil — Tentativas de Tomada do Poder*⁴, no ponto em que defende a existência de uma vasta conspiração internacional para solapar as bases da civilização ocidental judaico-cristã, abolir a família e permitir que o “comunismo”, às vezes chamado de “globalismo”, chegue ao poder. O movimento bolsonarista, segundo Rocha (2021, p. 344), possui uma lógica interna que se ancora em um sistema de crenças que apresenta:

[...] uma visão de mundo bélica, expressa numa linguagem específica, a *retórica do ódio*, e codificada numa visão de mundo coesa, composta por labirínticas teorias conspiratórias, e que advoga a eliminação de tudo que não seja espelho.

Reforçando que a comunicação é ferramenta importante na construção de memória coletiva, pode-se dizer que os três sujeitos discursivos, ao antagonizarem com o discurso oficializado por Bolsonaro, disputam também a memória social coletiva do marxismo. Os autores Silva e Angrisano (2018), recuperando Charaudeau, descrevem que é a troca simbólica entre os sujeitos que constrói essa memória, constantemente modificada por novas sínteses culturais que se dão no processo infinito e dinâmico de semiose (significação) social.

As significações dadas aos objetos e seres do mundo real são de uma dupla ordem, afetiva e racional. Desse modo, da mesma maneira que a significação contribui para tornar a realidade compartilhável por meio de universos simbólicos, cria e atualiza valores sedimentados, os quais vão permitir as linguagens e a comunicação. Esse processo de construção de imaginários sociodiscursivos, para o autor, se dá por meio dos

⁴ Escrito em segredo pelo Exército em 1989, o documento reconta a história do Brasil através de quatro tentativas de tomada do poder dos comunistas. Na última delas, a estratégia da luta armada teria sido substituída pelo aparelhamento ideológico das instituições da cultura, entretenimento, imprensa e educação pública (PYL, 2020).

saberes de conhecimento e de crença. (SILVA; ANGRISANO, 2018, p. 637–638).

Nesse contexto de crise sanitária e humanitária — a primeira imposta pela pandemia do Coronavírus (COVID-19), a segunda pela gestão bolsonarista da mesma —, a *trincheira* marxista no YouTube constrói um posicionamento contra-hegemônico, especialmente por evidenciar as contradições do neoliberalismo entendido não apenas como uma política econômica, mas, fundamentalmente, conforme enunciam Dardot e Laval (2016, p. 17), como uma *racionalidade* que “[...] tende a estruturar e organizar não apenas a ação dos governantes, mas até a própria conduta dos governados”, em nossa existência subjetiva e material.

Certas crises podem afetar a capacidade de reprodução da hegemonia por evidenciar as contradições estruturais de mudança e conservação (GRAMSCI, 1968, p. 46) — como a excepcionalidade de uma pandemia global vivenciada no presente expõe as mazelas sociais de regimes neoliberais —, sendo, pois, uma brecha para a constituição de novas visões de mundo e para que talentos organizados promovam a aprendizagem revolucionária profissional entre os descontentes, tal qual proposta por Vladímir Lênin (2020).

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Ronaldo de. *Bolsonaro presidente: conservadorismo, evangelismo e a crise brasileira*. *Novos estudos CEBRAP [online]*, 2019, v. 38, n. 1, p. 185–213.
- BENTES, Anna. A gestão algorítmica da atenção. *In: MEDIALAB*, 2019. Disponível em: <https://medialabufrj.net/wp-content/uploads/2019/08/BENTES-GESTAO-ALGORITMICA-politicas-internet-e-sociedade.pdf>. Acesso em: jun. 2021.
- BENTES, Ivana. Economia narrativa: do midiativismo aos influenciadores digitais. *In: BRAIGHI, Antônio Augusto; LESSA, Cláudio; CÂMARA, Marco Túlio (org.). Interfaces do Midiativismo: do conceito à prática*. Belo Horizonte: CEFET-MG, 2018. p. 151–169.
- BOBBIO, N. *Direita e Esquerda: razões e significados de uma distinção política*. São Paulo: Editora Unesp, 1994.
- BRAIGHI, Antonio. O discurso do mídia ninja: a (des)igualdade social nas representações e ações midiativistas. *In: SIMPÓSIO INTERNACIONAL SOBRE ANÁLISE DO DISCURSO*, 4., 2016, Belo Horizonte. *Anais [...]*. Belo Horizonte, UFMG, 2016b.
- BRASIL. Câmara dos Deputados. *Projeto de Lei nº 4425 de 2020*. Altera a redação da Lei nº 7.170, de 14 de Dezembro de 1983 e da Lei nº

- Nº 9.394, de 20 de Dezembro de 1996, criminalizando a apologia ao nazismo e comunismo, e dá outras providências. Brasília, DF: Câmara dos Deputados, [2020]. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2261904>. Acesso em: 13 fev. 2022.
- BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. *YouTube e a Revolução Digital: como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade*. Tradução Ricardo Giassetti. São Paulo: Aleph, 2009.
- BURITY, Joanildo. A onda conservadora na política brasileira traz o fundamentalismo ao poder? *In: ALMEIDA, Ronaldo de; TONIOL, Rodrigo (org.). Conservadorismos, fascismos e fundamentalismos*. Campinas: Editora Unicamp, 2018.
- CANDIDO, Antonio. O significado de Raízes do Brasil. *In: HOLANDA, Sérgio Buarque. Raízes do Brasil*. 27. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2014.
- CARRO, Rodrigo. Brazil. *In: REUTERS Institute Journalist. [S. l.], 2020. https://www.digitalnewsreport.org/survey/2020/brazil-2020/*. Acesso em: 13 mar. 2021.
- CASTELLS, Manuel. *O poder da comunicação*. São Paulo: Paz e Terra, 2015.
- CHARAUDEAU, Patrick. Um modelo socio-comunicacional do discurso: entre situação de comunicação e estratégias de individualização. *In: STAFUZZA, Grenissa; PAULA, Luciane de (org.). Da análise do discurso no Brasil à análise do discurso do Brasil*. Uberlândia (MG): Edufu, 2010.
- COSPITO, Giuseppe. Verbete Hegemonia. *In: LIGUORI, Guido; VOZA, Pasquale (org.). Dicionário Gramsciano*. São Paulo: Boitempo Editorial, 2017.
- DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. *A nova razão do mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal*. São Paulo: Boitempo Editorial, 2016.
- FIORIN, José Luiz. *Em busca do sentido: estudos discursivos*. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2019.
- FOLETTTO, Leonardo Feltrin. Midiativismo, mídia alternativa, radical, livre, tática: um inventário de conceitos semelhantes. *In: BRAIGHI, Antônio Augusto; LESSA, Cláudio; CÂMARA, Marco Túlio (org.). Interfaces do midiativismo: do conceito à prática*. Belo Horizonte, MG: CEFET, 2018. p. 95–110.

- GHEDIN, Rodrigo. Cinco dos dez canais que explodiram no ranking do YouTube durante as eleições são de extrema direita. *In: THE INTERCEPT Br.* [S. l.], 2019. Disponível em: <<https://theintercept.com/2019/08/28/ranking-youtube-extrema-direita/>>. Acesso em: 2 maio 2021.
- GOHN, Maria da Glória. *Manifestações de junho de 2013 no Brasil e praças dos indignados no mundo*. Petrópolis: Vozes, 2014.
- GRAMSCI, Antonio. *Maquiavel: a política e o Estado Moderno*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1968.
- LACLAU, Ernesto. *A razão populista*. São Paulo: Três Estrelas, 2015.
- LÊNIN, Vladímir. *O que fazer?: questões cadentes de nosso movimento*. São Paulo: Boitempo Editorial, 2020.
- LEVITSKY, Steven; ZIBLATT, Daniel. *Como as democracias morrem*. Rio de Janeiro: Zahar Editora, 2018.
- LISBOA, Daniel. *Foice, martelo e peruca: uma drag queen comunista*. *Folha de S. Paulo*, n. 151, abr. 2020. Disponível em: <<https://piaui.folha.uol.com.br/materia/foice-martelo-e-peruca/>>. Acesso em: 11 nov. 2020.
- MANOEL, Jones. *As ilusões da representatividade: o antirracismo de mercado*. [S. l.: s. n.], 28 abr. 2019. 1 vídeo (11 min 12 s). Publicado pelo canal #Jones Manoel. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=qpUHnS4KMzY>>. Acesso em: 10 dez. 2021.
- MANOEL, Jones. *Che Guevara: monstro ou herói revolucionário*. [S. l.: s. n.], 31 jul. 2018. 1 vídeo (11 min 12 s). Publicado pelo canal #Jones Manoel. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=2cFscxhhwxE>>. Acesso em: 10 dez. 2021.
- MOUFFE, Chantal. *Sobre o político*. São Paulo: Editora Unesp, 2015.
- MANOEL, Jones. *Imperialismo, dependência e fuga de cérebros*. [S. l.: s. n.], 15 set. 2020. 1 vídeo (14 min 16 s). Publicado pelo canal #Jones Manoel. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=5feg-79_q5M>. Acesso em: 10 dez. 2021.
- MANOEL, Jones. *Jones, qual é o seu marxismo? O marxismo no século XXI*. [S. l.: s. n.], 26 nov. 2019. 1 vídeo (12 min 24 s). Publicado pelo canal #Jones Manoel. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=j0bcZ0kQeJw>>. Acesso em: 10 dez. 2021.
- MANOEL, Jones. *Marxismo e questão racial — Parte I*. [S. l.: s. n.], 3 jan. 2017. 1 vídeo (12 min 46 s). Publicado pelo canal #Jones Manoel.

Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=oesjm-ABsR8>.
Acesso em: 10 dez. 2021.

NETTO, José Paulo. *O que é marxismo (Primeiros Passos)*. São Paulo: Brasiliense, 2017. [eBook].

NOGUEIRA, Marco Aurélio. O que motiva os ataques dos bolsonaristas ao chamado “Marxismo Cultural”. In: O GLOBO. 2019. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/epoca/o-que-motiva-os-ataques-dos-bolsonaristas-ao-chamado-marxismo-cultural-23376168>. Acesso em: 5 mar. 2021.

NORRIS, Pippa; INGLEHART, Ronald. *Trump, Brexit, and the rise of populism: economic have-nots and cultural backlash*. Faculty Research Working Paper Series, Harvard Kennedy School, 2016.

ORLANDI, Eni P. *Análise do Discurso: princípios e procedimentos*. 13. ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2020.

PEREIRA, Ailton Teodoro de Souza. *As metamorfoses do marxismo no Brasil*. 2016. Dissertação (Mestrado em Sociologia) — Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2017.

PYL, Bianca. Guilhotina #77 — João Cezar de Castro Rocha. *Le Monde Diplomatique Brasil*, São Paulo-SP, 31 de julho de 2020. Disponível em: <https://diplomatie.org.br/guilhotina-77-joao-cezar-de-castro-rocha/>. Acesso em: 15 jan. 2022.

RAMALHO, Raul Augusto. *Midiativismo e participação política em redes sociotécnicas: estratégias discursivas de coletivos brasileiros no processo eleitoral de 2018*. 2020. Tese (Doutorado em Estudos da Mídia) — Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2020. Disponível em: https://repositorio.ufrn.br/bitstream/123456789/29702/1/Midiativismoparticipacaopolitica_Ramalho_2020.pdf. Acesso em: 5 maio 2021.

REIS, Ruth; ZANETTI, Daniela; FRIZZERA, Luciano. A conveniência dos algoritmos: o papel do YouTube nas eleições brasileiras de 2018. *Revista Compolítica*, Rio de Janeiro, v. 10, n. 1, p. 35–58, 2020. DOI:10.21878/com-politica.2020.10.1.333.

ROCHA, João Cezar de Castro. *Guerra Cultural e Retórica do ódio: crônicas de um Brasil Pós-político*. Rio de Janeiro: Caminhos, 2021.

ROCHA, João Cezar de Castro. Guilhotina #77 — João Cezar de Castro Rocha. In:

- LE MOND Diplomatique Brasil. Disponível em: <<https://diplomatique.org.br/guilhotina-77-joao-cezar-de-castro-rocha/>>. Acesso em: 2 maio 2021.
- RODRIGUES, Lidiane Soares. Leitores e leituras acadêmicas de Karl Marx (São Paulo, 1958- 1964). *Intelligere, Revista de História Intelectual*, São Paulo, v. 2, n. 1 [2], p. 1–19. 2016. Disponível em: <<http://revistas.usp.br/revistaintelligere>>. Acesso em: 2 mar. 2021.
- SANTANA, Eliara; MARI, Hugo. Midiativismo, imprensa e a questão da ideologia. In: BRAIGHI, Antônio Augusto; LESSA, Cláudio; CÂMARA, Marco Túlio (org.). *Interfaces do Midiativismo: do conceito à prática*. Belo Horizonte: CEFET-MG, 2018. p. 212–225.
- SILVA, André Luiz; ANGRISANO, Rafael. Uma interface discursiva do midiativismo: ethos e imaginários mobilizados em posts dos Jornalistas Livres. In: BRAIGHI, Antônio Augusto; LESSA, Cláudio; CÂMARA, Marco Túlio (org.). *Interfaces do Midiativismo: do conceito à prática*. Belo Horizonte: CEFET-MG, 2018. p. 629–650.
- TEIXEIRA, Antonio Claudio Engelke Menezes. Sobre mídia e ninjas: as Jornadas de Junho e a (des)construção de um novo sujeito político. In: 38º ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS. Caxambu — MG, 2014. *Anais dos Encontros*. São Paulo, SP: ANPOCS, 2014. In: <<https://www.anpocs.com/index.php/encontros/papers/38-encontro-anual-da-anpocs/gt-1/gt04-1>>. Acesso em: 3 jun. 2021.
- VIANNA, Marly de Almeida Gomes. Observações sobre ideias socialistas, anarquistas e comunistas na imprensa (1902–1924). In: SENA JÚNIOR, Carlos Zacarias (org.). *Capítulos de história dos comunistas no Brasil [online]*. Salvador: EDUFBA, 2016.