

FUNDAÇÃO ESCOLA DE SOCIOLOGIA E POLÍTICA DE SÃO PAULO  
PÓS-GRADUAÇÃO EM ESTUDOS BRASILEIROS

Andressa Basilio

**A trincheira comunista no YouTube:** os sentidos mobilizados pelos sujeitos discursivos de três produtores de conteúdo marxista

São Paulo

2021

Andressa Basilio

**A trincheira comunista no YouTube: os sentidos mobilizados pelos sujeitos discursivos de três produtores de conteúdo marxista**

Artigo científico apresentado à Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo, como exigência parcial para a obtenção do título de pós-graduada em Estudos Brasileiros, sob orientação da professora doutora Tathiana Chicarino.

São Paulo

2021

Catálogo-na-Publicação – Biblioteca FESPSP

335.40141

B312t Basilio, Andressa.

A trincheira comunista no YouTube : os sentidos mobilizados pelos sujeitos discursivos de três produtores de conteúdo marxista / Andressa Basilio. – 2021.

29 p. : il., tab. ; 30 cm.

Orientadora: Profa. Dra. Tathiana Senne Chicarino.

Trabalho de conclusão de curso (Especialização em Estudos Brasileiros: Sociedade, Educação e Cultura) – Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo.

Bibliografia: p. 26-28.

1. Marxismo. 2. YouTube. 3. Análise do discurso. 4. Manoel, Jones. 5. Von Hunty, Rita. 6. Fernandes, Sabrina. I. Chicarino, Tathiana Senne. II. Título.

CDD 23.: Marxismo – Análise do discurso 335.40141  
Elaborada por Éderson Ferreira Crispim CRB-8/9724

Andressa Basilio

**A trincheira comunista no YouTube: os sentidos mobilizados pelos sujeitos discursivos de três produtores de conteúdo marxista**

Artigo científico apresentado à Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo, como exigência parcial para a obtenção do título de pós-graduada em Estudos Brasileiros, sob orientação da professora doutora Tathiana Chicarino.

Data da aprovação:

\_\_\_\_ / \_\_\_\_ / \_\_\_\_\_

Banca examinadora:

---

Nome completo do/a Professor/a, titulação, Instituição e assinatura

---

Nome completo do/a Professor/a, titulação, Instituição e assinatura

## RESUMO

Este estudo tem o objetivo de analisar a comunicação comunista no YouTube a partir das estratégias discursivas e dos sentidos mobilizados por 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 do Discurso e da Teoria Semiolinguística para mapear os sujeitos discursivos (*éthos* e *páthos*) de cada um dos canais, tomando como corpus de análise 254 vídeos publicados entre janeiro de 2019 e fevereiro de 2021, período em que a extrema direita ocupa a Presidência do país. Os resultados indicaram três diferentes sujeitos discursivos, em relação a estratégias e sentidos mobilizados, mas que convergem no ponto em que trabalham pela formação política da audiência e travam disputa por uma visão de mundo que coloca o marxismo como alternativa para a superação do sistema neoliberal no Brasil.

Palavras-chave: Marxismo; YouTube; Análise do Discurso; Jones Manoel; Rita von Hunty; Sabrina Fernandes.

## ABSTRACT

This study aims to analyze communist communication on YouTube from the discursive strategies and the senses mobilized by three content producers/disseminators of Marxism on the platform: Jones Manoel, from the channel that bears his name, Rita von Hunty, from Tempero Drag, and Sabrina Fernandes, from Tese Onze. The empirical investigation was based on the theoretical tool of Discourse Analysis and Semiolinguistic Theory to map the discursive subjects (ethos and pathos) of each of the channels, using as analysis corpus 254 videos published between January 2019 and February 2021, period when the extreme right occupies the presidency of the country. The results indicated three different discursive subjects, in relation to strategies and senses mobilized, but that converge in the point where they work for the political formation of the audience and fight for a worldview that puts Marxism as an alternative to overcome the neoliberal system in Brazil.

Keywords: Marxism; YouTube; Jones Manuel; Discourse Analysis; Rita von Hunty; Sabrina Fernandes.

## SUMÁRIO

1. Introdução .....	6
2. Comunicação e Marxismo no Brasil .....	9
3. Considerações teóricas e procedimentos metodológicos .....	11
3.1. Combatente revolucionário e o discurso de guerrilha.....	14
3.2. Professora artista e o discurso debochado .....	17
3.3. Militante estrategista e o discurso acadêmico .....	21
4. Considerações finais.....	24
5. Referências Bibliográficas.....	26

## 1. Introdução

As Jornadas de Junho de 2013 aceleraram transformações no campo da comunicação no Brasil, na medida em que impulsionaram a explosão de coletivos, redes, agentes e iniciativas de midiativismo. Parte desses novos atores travam embate com o discurso hegemônico ao oferecer alternativas, pontos de vista diferenciados sobre os acontecimentos e novas vozes para o debate público. É, segundo Bentes (2018), 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)

Os suportes materiais dessas novas vozes e os meios para criar conhecimento são as Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs), que não só fortalecem uma relação antiga entre ação política e mídia, como ampliam o seu alcance de forma incomparável. “A internet torna-se corpo dos movimentos políticos nas redes, não apenas um meio”, sintetiza Foletto (2018, p.99). É dentro dessa movimentação no campo da comunicação que o YouTube se apresenta como um dos principais campos de batalha de ideias e narrativas no Brasil da atualidade.

Segundo a empresa<sup>1</sup>, mais de 105 milhões de brasileiras e brasileiros adultos acessam o site todos os meses e 1.800 canais já ultrapassam um milhão de seguidores. Em 2020, a população brasileira passou a consumir mais notícias pelas mídias sociais do que pela TV, como indica o levantamento Digital News Report<sup>2</sup>, e o YouTube é a 3º mídia mais procurada para essa finalidade.

Nos últimos anos, parte da juventude marxista está ocupando cada vez mais espaço nesse território, controlado pelo inimigo. Quando o assunto é política, o YouTube é dominado pela extrema direita. O The Intercept\_Br<sup>3</sup> indicou que dos dez canais que mais cresceram no segundo semestre de 2018, época das últimas eleições presidenciais, metade era dedicada a promover Jair Bolsonaro e disseminar conteúdos de extrema direita. A

---

<sup>1</sup> Os números foram apresentados na conferência anual YouTube Broadcast, voltada para marcas e anunciantes. A edição de 2020 foi realizada em 5 de novembro. Fonte: <<https://www.b9.com.br/134496/mais-de-105-milhoes-de-brasileiro-acessam-o-youtube-todo-mes>>, acessado em maio de 2021.

<sup>2</sup> Fonte: <<https://www.digitalnewsreport.org/survey/2020/brazil-2020/>>, acessado em maio de 2021.

<sup>3</sup> Fonte: <<https://theintercept.com/2019/08/28/ranking-youtube-extrema-direita/>>, acessado em maio de 2021.

reportagem indica que a plataforma foi fundamental para formar um público que repetiu o ideário nas urnas.

Mais do que simplesmente ocupar um terreno hostil, os produtores de conteúdo e divulgadores do marxismo firmam verdadeiras trincheiras no YouTube. Com o discurso como principal arma, lançam-se na batalha de narrativas e enfrentam inimigos dentro e fora da plataforma. Vale lembrar que, embora ofereça espaço para diversas narrativas, o YouTube opera sob lógica empresarial e com critérios pouco transparentes que garantem monetização e relevância a certos conteúdos em detrimento de outros.

Os autores Reis, Zanetti e Frizzera (2020) estudaram o sistema de recomendações de vídeos da plataforma durante o 2º turno das eleições presidenciais em 2018 e identificaram maior presença de conteúdo conservador<sup>4</sup> entre os vídeos que compuseram as listas de recomendações da plataforma no período.

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. (REIS, ZANETTI, FRIZZERA, 2020, p.49).

Mas a batalha de ideias entre conservadorismo e comunismo/marxismo não começa a nem se encerra no YouTube. Com a chegada de Jair Bolsonaro à Presidência da República, o marxismo aparece aqui e ali no discurso oficial como um inimigo, da Pátria e da família, a ser combatido. É, como definiu Nogueira (2019), bode expiatório, principalmente nos campos da cultura e da política, capaz de mobilizar todo um aparato ideológico para desqualificar eventuais opositores do governo, demarcar terreno de luta e transferir culpas e responsabilidades.

Rocha (2021) vai além ao dizer que a guerra cultural promovida pelo movimento bolsonarista se embasa na matriz narrativa do documento Orvil – Tentativas de Tomada do Poder<sup>5</sup>, 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, ou ‘globalismo’, chegue ao poder. Tão poderosa quanto essa narrativa

---

<sup>4</sup> O termo ‘conservador’ trabalhado pelos autores designa ideias e atitudes que visam à manutenção do sistema político existente e de seus modos de funcionamento, apresentando-se como contraparte das forças inovadoras (2020, p.39).

<sup>5</sup> 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. Fonte: Podcast Guilhotina #77 – João Cezar de Castro Rocha. Disponível em: <https://diplomatique.org.br/guilhotina-77-joao-cezar-de-castro-rocha/>



conspiratória é a estratégia de eliminação simbólica do inimigo na praça pública das redes sociais, utilizada pelo presidente e por boa parte de seu quadro ministerial e apoiadores.

Dado o contexto, este artigo se propõe a estudar a trincheira comunista no YouTube a partir dos sentidos mobilizados pelos discursos de três dos principais produtores de conteúdo/divulgadores do marxismo: Jones Manoel (do canal Jones Manoel), Sabrina Fernandes (do Tese Onze) e Rita von Hunty (do Tempero Drag). A investigação empírica será conduzida pela reflexão crítica sobre a totalidade da produção de vídeos dos canais publicados entre janeiro de 2019 e março de 2021 à luz de conceitos e proposições da Análise do Discurso de Orlandi (2020) e da Teoria Semiolinguística de Charaudeau (2010) e Fiorin (2019), no ponto em que 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)

Este artigo, portanto, tem os objetivos de apontar, pelo mapeamento dos sujeitos discursivos e dos sentidos mobilizados, como a esquerda marxista se pensa e se comunica no YouTube e quais estratégias utilizam para armar suas trincheiras, demarcar terreno de luta e disputar visão de mundo num momento em que o discurso de extrema direita é narrativa oficial no país. Para isso, parte de breve recuperação histórica da divulgação do marxismo no Brasil, aprofunda o entendimento de midiativismo e sua capacidade de mobilização política e, por fim, apresenta uma reflexão sobre a comunicação de Jones Manoel, Sabrina Fernandes e Rita von Hunty a partir de seus sujeitos discursivos.

Espera-se que este trabalho contribua com os estudos de comunicação e política no Brasil. Vale dizer ainda que estudar a comunicação marxista e o discurso contra-hegemônico torna-se especialmente relevante no tempo presente. O surgimento da pandemia da Covid-19 acrescentou crise sanitária à crise política e econômica sem precedentes enfrentada pelo Brasil e parece colocar em xeque verdades que já pareciam consolidadas, como apontou Lilia Schwarcz (2020), para quem a pandemia marca o fim do século XX. Na visão de Santos (2020), o neoliberalismo e o domínio do capital financeiro estão social e politicamente desacreditados. O sociólogo considera que os governos de extrema direita (ou direita neoliberal), dentre eles o Brasil, falharam mais do que outros na luta contra o coronavírus e abrem oportunidade para novas alternativas na disputa pelo senso comum e pelos rumos políticos da sociedade.

## 2. Comunicação e marxismo no Brasil

A sociedade fornece um número extremamente *grande* de pessoas aptas à “causa”, mas nós não sabemos utilizá-las todas. Nesse sentido, o estado crítico de transição do nosso movimento, pode ser formulado assim: *não tem gente e tem uma massa de gente*. (LÊNIN, 2020, p. 143)

No capítulo 4 de *O que Fazer*, Vladimir Lênin aponta para a comunicação, em sua forma de agitação e propaganda, como fundamental para a aprendizagem revolucionária profissional, conduzida não só por líderes e dirigentes políticos como por “talentos capazes de organizar um trabalho simultaneamente amplo e unificado, coordenado, que permita utilizar todas as forças, mesmo as mais significantes” (2020, p. 143). O lançamento no Brasil em 2020 desta obra originalmente publicada em 1902 chega para contribuir com a reflexão sobre a divulgação do marxismo como estratégia política para disputar visão de mundo.

Antes, vale dizer que não há consenso sobre a definição de marxismo. Este artigo apoia-se na definição de José Paulo Netto 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, etc.

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 (NETTO, 2017, eBook, posição 121).

Como apontam Pereira (2016) e Vianna (2016), o marxismo chegou em terras brasileiras num contexto de turbulência política, derivada da acelerada industrialização que modernizava o país e da deterioração das condições de vida e trabalho associadas a isso. O Partido Comunista do Brasil, fundado em março de 1922, foi por muitos anos a principal, senão única, porta de entrada da corrente por aqui. Contudo, a precariedade de acesso aos escritos originais de Marx e Engels acabava por limitar a produção intelectual à cartilha ortodoxa soviética propagada pela Internacional Comunista (IC), que, segundo Pereira 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” (PEREIRA, 2016, p. 24).

Nos anos 30 e 40, o marxismo ganhou fôlego com Caio Prado Júnior, também filiado ao PCB, mas que se valeu de rigor científico para demonstrar a vivacidade de uma interpretação da sociedade brasileira totalmente amparada no materialismo histórico. Antonio Candido

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 in HOLANDA, 2014, p. 10)

Entre os anos 50 e 60, livros e conceitos de Karl Marx e de diversos autores marxistas foram incorporados às instituições científicas e culturais de todo o mundo abrindo espaço ao “marxismo acadêmico”. Ao estudar este movimento a partir da Universidade de São Paulo (USP), 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 despidido de seu conteúdo revolucionário (*práxis*).

Trazendo a discussão para o campo teórico da comunicação, a difusão do marxismo pode ser pensada a partir de noções gramscianas que identificam as formas de construção da hegemonia e as possibilidades de constituição de uma contra-hegemonia a partir da utilização da mídia. Valendo-se do inventário realizado por Foletto (2018), divulgadores e produtores de conteúdo marxista integram a chamada mídia alternativa - tal qual foi definida por Chris Atton - na medida em que ela “introduz a noção de mudança social radical na sociedade, que rejeita e desafia as políticas estabelecidas, ou pelo menos considera uma reavaliação crítica dos valores tradicionais” (2018, p. 100).

Como fenômeno mais amplo e próprio da atualidade, os grupos que trabalham a comunicação marxista podem ser pensados a partir da categoria Midiativismo tal qual estabelecida por Braighi (2016b): ação conduzida por pessoa que, movida vontade solidária, trabalha por intervenção social “[...] por meio de um registro midiático que visa amplificar conhecimento, espalhar informação, marcar presença, empreender resistência e estabelecer estruturas de defesa” (p. 6). Pensado enquanto ferramenta de tecnologia discursiva, o midiativismo constituiu padrões de acesso ao discurso contra-hegemônico que passam pelo confronto de informações e pontos de vistas diferenciados sobre os acontecimentos.

Como apontam Santana e Mari, uma consequência do aparecimento de novas vozes para compor o debate público é o “fatiamento heterogêneo” dos grupos midiativistas, “tornando o espaço de concepção da informação uma conjugação entre o subjetivo e o intersubjetivo, entre

o singular e o coletivo” (2018, p. 215). Bentes (2018) também olha para esse fenômeno e o categoriza como “comunidade imaginada de iguais”, na qual o consenso é produzido por cliques, *likes* e compartilhamentos.

Nesse contexto, as ações e o campo midiático, 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)

Boa parte do midiativismo, e sua comunidade imaginada de iguais, ganha corpo no YouTube, site acessado por dois bilhões de pessoas, quase um terço dos usuários de internet em todo o mundo, segundo dados<sup>6</sup> da própria empresa. Por sua relevância, os autores Burgess e Green (2009), o consideram o maior aglutinador de mídia de massa da internet no início do século XXI, mas o posicionam como 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.32-33)

### 3. Considerações teóricas e procedimentos metodológicos

Para analisar a comunicação de produtores de conteúdo/divulgadores do marxismo no YouTube, este trabalho apoia-se na Análise do Discurso (AD) tal como é definida por Orlandi (2020). Como herdeira de três áreas de conhecimento (Linguística, Psicanálise e Marxismo), considera o discurso como efeito de sentidos entre locutores, sentidos 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

---

<sup>6</sup> Informação disponível em <<https://www.youtube.com/intl/pt-BR/about/press/>>, último acesso em maio de 2021.

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 se produz seus efeitos. (ORLANDI, 2020, p. 32)

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

Orlandi destaca que o analista de discurso trabalha nos limites da interpretação, na medida em que não se posiciona de fora da história, do simbólico e da ideologia, mas se coloca em posição deslocada que lhe permite contemplar o processo de produção de sentidos.

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)

Dentro desse corpo teórico da AD, o estudo empírico demonstrado neste artigo recorre, mais especificamente, ao ferramental teórico da Semiolinguística, tal qual abordada por Charandeau (2010) e Fiorin (2019). Para esses autores, num ato comunicativo há uma relação entre três instâncias: *enunciador*, *enunciatário* e *discurso*, ou, tomando por base conceitos da retórica aristotélica, *éthos*, *páthos* e *lógos*.

O *éthos* discursivo relaciona-se com o tom presente em um texto, seja ele escrito ou oral, e está ligado à ideia de que quando falamos, projetamos por meio de marcas de enunciação em nossos destinatários certa representação de nós mesmos. Abrange também uma corporalidade, na medida em que as características físicas, os modos de se vestir e de se relacionar socialmente do autor do discurso também produzem sentidos.

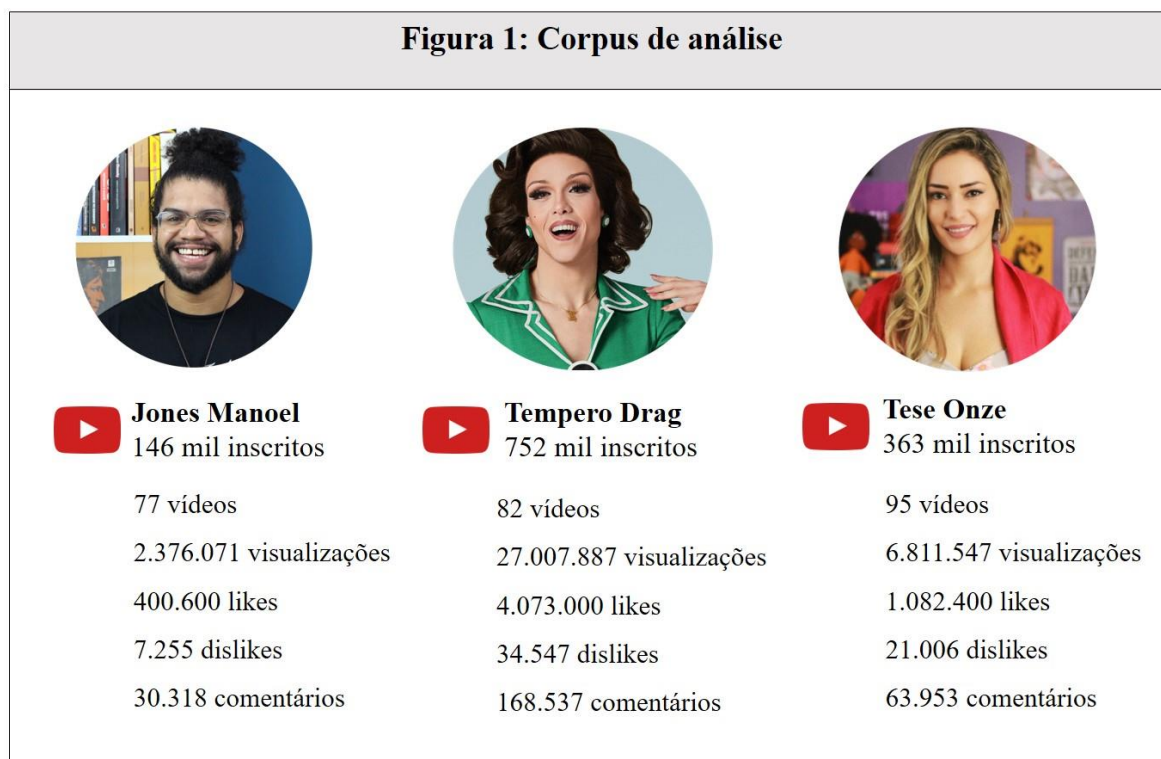
Na materialidade discursiva da totalidade, as marcas do *éthos* do enunciador aparecem em qualquer elemento composicional do discurso ou do texto: escolha do assunto, construção das personagens, nos gêneros escolhidos, no nível da linguagem usado, no ritmo, na figurativização, na escolha dos temas, nas 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), já que a troca

comunicativa ocorre a partir de um “jogo de expectativas”, Charaudeau (2010b), ou “jogo imaginário”, Orlandi (2020). A lógica de jogo está relacionada ao fato de que o enunciatório (aquele que recebe o discurso) não é um ser passivo, mas também um 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 desvendar a comunicação e os sentidos mobilizados pelos discursos dos três produtores de conteúdo / divulgadores do marxismo escolhidos, este artigo procurou identificar *éthos* e *páthos* a partir da totalidade de vídeos dos canais do YouTube **Jones Manoel**<sup>7</sup>, **Tempero Drag**<sup>8</sup> e **Tese Onze**<sup>9</sup>, publicados entre janeiro de 2019 e fevereiro de 2021. Ao todo foram 254 vídeos, devidamente catalogados e com dados verificados pela última vez em 31 de março de 2021. *Lives*, vídeos repostados de outros canais foram desconsiderados nesta análise, bem como palestras gravadas ministradas presencialmente, para audiências fora do YouTube.



Elaboração própria, com dados de 31 de março de 2021

<sup>7</sup> O canal de Jones Manoel pode ser acessado pelo link <  
<https://www.youtube.com/channel/UC02coXfDPjEmU8uDT2G8Z2A>>  
<sup>8</sup> O canal Tempero Drag, de Rita von Hunty, pode ser acessado pelo link <  
<https://www.youtube.com/channel/UCZdJE8KpuFm6NRafHTEIC-g>>  
<sup>9</sup> O canal de Tese Onze, de Sabrina Fernandes, pode ser acessado pelo link <  
<https://www.youtube.com/channel/UC0fGGprihDIIQ3ykWvc9hg.>>

A análise acabou por revelar três tipos de perfis de comunicação, com discursos com sentidos que, embora convergentes, são protagonizados por diferentes sujeitos de enunciação com estratégias de funcionamento distintas. Os detalhes de cada um deles são descritos a seguir:

### **3.1. Combatente revolucionário e o discurso de guerrilha**

Jones Manoel é formado em História, mestre em Serviço Social e educador popular. Nasceu em 1990 e passou boa parte da vida na favela do Borborema, em Recife (PE). Segundo o próprio, ele e o amigo foram os primeiros da comunidade a ingressar no ensino superior, cursado na Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Militante do PCB, Jones relata ter conhecido Marx a partir da leitura de *Salário, Preço e Lucro* (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, o canal 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. 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.

Boa parte de sua popularidade veio graças à Caetano Veloso, que disse, em entrevista ao programa da *Conversa com Bial* (Rede Globo), que Jones Manoel o fez olhar com outros olhos para as experiências socialistas<sup>10</sup>. De acordo com o Google Trends Brasil<sup>11</sup>, o nome do historiador saltou de zero buscas no YouTube na semana anterior à entrevista, exibida em 4 de setembro de 2020, para 46 buscas até dois dias depois, chegando ao pico de 52 buscas na última semana de setembro.

Dos três produtores de conteúdo / divulgadores do marxismo analisados neste estudo, o canal Jones Manoel é o que tem menos inscritos e menor grau de profissionalização, explicitado pela irregularidade no calendário de publicações de conteúdo proprietário e pelo excesso de repostagens de vídeos produzidos em outros espaços. Entre as poucas intervenções gráficas nos

---

<sup>10</sup> “Sou menos liberalóide do que eu era [...]. Esse que dois anos atrás falou ‘eu sou liberal, não admito nada de país socialista’ não sou mais eu [...] É uma questão de desenvolvimento intelectual mesmo, uma questão de ser avisado em certos aspectos da argumentação racional a respeito da experiência social e histórica que foi inevitável acontecer por causa do contato com esse pensador Domenico Losurdo, através de Jones Manoel, que é um rapaz preto, pernambucano, jovem e muito inteligente e que escolheu muito bem seus autores”, disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=Ip0TA3wetnA>>, acessado em março de 2021.

<sup>11</sup> Disponível em: <<https://trends.google.com.br/trends/explore?date=2020-09-01%202020-09-30&geo=BR&gprop=youtube&q=Jones%20Manoel>>

vídeos estão vinhetas e ilustrações para capa dos vídeos (*thumbnails*). As marcas de edição são basicamente cortes secos, que, pela recorrência, indicam apreço pelo controle do conteúdo.

Olhando para as transformações do cenário dos vídeos ao longo do tempo e para a corporalidade do locutor é possível perceber um *éthos* militante que foi se revelando aos poucos. Objetos, como vaso e vitrola, deram lugar à quadros em homenagem a revoluções socialistas e autores e lideranças comunistas. Livros, dispostos na estante num esquema de rodízio, também passaram a ter mais destaque e servem como indicações de referência aos usuários. As camisetas lisas usadas por Jones Manoel foram sendo substituídas pelas de estampa militante, trazendo figuras como Maringhella, Thomas Sankara ou frases como “Fascismo não se debate”.

Figura 2:



\*Elaboração própria / vídeo publicado em 28 de abril de 2019

Figura 3:



\*Elaboração própria / vídeo publicado em 15 de setembro de 2020



Em relação às marcas do discurso, destacam-se, de forma mais imediata, traços regionais explicitados pelo sotaque nordestino e por bordões e gírias, como “um cabra” e “é mais que conhecido, é pão comido”. Os vídeos sempre começam com o enunciador agradecendo pelos colaboradores do financiamento coletivo e terminam com pedidos de compartilhamento, *like* e inscrições no canal, enfatizando a importância de um trabalho coletivo de incentivo e divulgação marxista. Talvez para gerar maior engajamento, é comum que o conteúdo parta de fatos políticos cotidianos ou discussões mobilizadas em outras redes sociais, principalmente Twitter.

Recorrendo à metáfora do YouTube como campo de batalha de ideias e narrativas, o discurso de Jones Manoel o coloca na linha de frente na disputa pela hegemonia. O tom do *éthos* é combativo, na medida em que se arma de argumentos embasados em conceitos, dados e informações, e evoca embate com dois principais adversários: *liberais*, especialmente de viés progressista, e *burguesia*. Contra a última, aliás, são comuns palavras de ordem que fazem parte de signos relacionados à violência revolucionária, como "guilhotina" e "paredão".

O *éthos* guerrilheiro faz a disputa de ideias a partir da chave de interpretação marxista-leninista das experiências históricas vivenciadas no mundo e no Brasil. Demonstra preocupação com a instrumentalização teórica de militantes, dada a quantidade de referências ao longo do conteúdo, todas bem descritas nas legendas dos vídeos, com links para conteúdos extras e de aprofundamento teórico dos assuntos discutidos.

O *éthos* militante combativo aqui proposto é reforçado também pelos vários momentos de desabafo do sujeito discursivo que disputa visões de mundo, inclusive com setores da esquerda e dentro do próprio marxismo. Tal *éthos* remete também ao intelectual da classe trabalhadora, que se pensa em oposição ao intelectual acadêmico e cuja práxis objetiva uma alternativa de sociedade dominada pelo poder popular.

Em relação à imagem do interlocutor, ou do enunciatário, é possível identificar dois *páthos* diferentes. O principal é o de militante já iniciado na teoria marxista e que se arma intelectualmente para a superação do sistema capitalista/neoliberal. Embora trabalhe conceitos, o conteúdo dos vídeos geralmente provoca reflexões que partem de uma compreensão prévia de categorias marxistas. O outro *páthos* se posiciona à esquerda no espectro político, mas defende a moderação e limita a experiência socialista russa aos terrores de Stalin.

O trecho a seguir integra o vídeo **Jones, qual seu marxismo? O marxismo do século XXI**, publicado em 26 de novembro de 2019. Ele ilustra o tom de desabafo e combativo e o caráter militante de um *éthos* que dialoga com o *páthos* da esquerda moderada. O trecho ainda

expõe o conflito entre *intelectual* de dentro e de fora da academia e demonstrar apreço e cuidado pelo conteúdo de sua autoria.

Nos últimos dias tem rolado 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. Então parece que fui eu que matei Trotsky no México e aí o que eu produzo não é válido. Então 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)

<b>Tabela 1 – Categorias de análise do discurso de Jones Manoel</b>	
<b>Análise do discurso</b>	<b>Definição</b>
<i>Éthos</i>	Combatente revolucionário e intelectual da classe trabalhadora
<i>Páthos</i>	Militante de esquerda radical e críticos de esquerda moderada
Opositores	Liberalismo, burguesia, fascismo e racismo
Formação discursiva	Disputa de visão de mundo, defesa da superação da realidade neoliberal por meio da Revolução Brasileira
Predileções temáticas	Colonialismo, teoria marxista, questão racial e questão militar

*Elaboração própria com base em Orlandi (2020) e Fiorin (2019)*

### **3.2. Professora artista e o discurso debochado**

No comando do *Tempero Drag*, Rita von Hunty é a maior produtora de conteúdo / divulgadora marxista aqui analisada, com um canal de 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) e formado em Artes Cênicas pela UniRio, com bacharelado em Literatura Inglesa pela Universidade de São Paulo.

Foi justamente pelo YouTube que a drag queen ganhou notoriedade em 2014, ao integrar o reality show *Academia de Drags*, veiculado exclusivamente no site. O canal de Rita von Hunty veio em 2015 com o mote de preparar de receitas veganas. Em 2018, mudou de proposta

quando resolveu “tirar a mulher da cozinha e levá-la para a sala, para falar de política”<sup>12</sup>. Rita incorporou a persona de professora e passou a se assumir como “artivista” e “marxista mística, porque gosta de signos”, como costuma dizer em seus vídeos.

Com a série *Rita em 5 minutos* - na qual promovia pílulas de interpretação de alguns assuntos próprios da realidade brasileira com as lentes do materialismo histórico - a audiência do canal aumentou. O vídeo *Rita em 5 minutos: Consciência de classe*, de 6 de novembro de 2018, é até hoje o mais visto, com mais de 878 mil visualizações, 113 mil curtidas e 2.806 comentários (até março de 2021).

A profissionalização do canal chama logo a atenção. Além de vinheta, logo, intervenções gráficas e sonoras em todo o conteúdo, os vídeos se encerram com créditos que revelam toda uma equipe por trás das câmeras e, muitas vezes, na frente delas também. O cenário, apesar de minimalista, é cuidadosamente disposto de forma a dar protagonismo à Rita von Hunty. Pensá-la a partir da associação entre forma e conteúdo é fundamental para entender seu *éthos* discursivo. Isso porque ela se vale do humor e de técnicas teatrais para transmitir informações e despertar reflexão crítica em seus interlocutores. As intervenções gráficas são também utilizadas como recurso didático e escolhidas de forma a provocar o riso.

Assim, o tom do discurso é de escárnio e deboche, explicitado até mesmo na legenda dos vídeos, como ilustra o vídeo **BÍBLIA: A ESCRITURA SAGRADA?????????** e a imagem abaixo retirada dele.

Figura 4:



\*Elaboração própria / vídeo publicado em 21 de maio de 2019

<sup>12</sup> Foice, martelo e peruca: uma drag queen comunista. Daniel Lisboa, abril de 2019. Disponível em <<https://piaui.folha.uol.com.br/materia/foice-martelo-e-peruca/>>

Humor e ironia permeiam todos os vídeos e mostram um *éthos* próprio ao universo do entretenimento, porém, ao contrário do que possa parecer, o conteúdo é trabalhado pelo sujeito discursivo de forma aprofundada, sempre amparado pela análise de fenômenos sociais pelo viés dos estudos culturais. É admirável a qualidade das exposições, em relação à capacidade didática e sintética de apresentar temas complexos, como religião, imperialismo e gênero, amparados em argumentação de estudos, livros e autores diversos.

Por tudo isso, o *éthos* em questão também carrega traços de professora acadêmica, 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 experimentar. Todo conhecimento também é um modelo provisório. (HUNTY, 2020).

Cabe ainda destacar mais uma característica importante do *éthos*: a recorrência em explicitar o trabalho colaborativo por trás das câmeras. Nesse sentido, é comum diálogos e trocas durante os vídeos com suas produtoras e com o diretor. Além disso, há duas playlists que articulam com essa dimensão coletiva do conteúdo: 'Mulheres F\_D4', feita em parceria com sua assessora, e 'Fala Camarada', na qual dá espaço para que outros produtores de conteúdo se apresentem. A própria Rita faz referências e indicações constantes a outros produtores e produtoras de conteúdo marxista no YouTube ou em outras mídias sociais.

Em resumo, o *éthos* da produtora de conteúdo / divulgadora marxista Rita von Hunty pode ser resumido como professora ativista, na medida em que recorre a técnicas de entretenimento para ensinar e estimular a reflexão política do interlocutor. O fortalecimento de sua comunidade e o embasamento em dados e conceitos, além do humor debochado são suas estratégias discursivas.

Figura 5:



\*Rita von Hunty e sua produtora Mariana Gilber, durante um dos vídeos da série ‘Mulheres F\_D4’. Elaboração própria / vídeo publicado em 19 de novembro de 2019.

Já o *páthos* do canal é identificado como alguém que pertence à comunidade LGBTQIA+, mas que não necessariamente partilha das mesmas convicções políticas do *éthos*. Isso pode ser observado a partir da recorrência de bordões como “Eu preciso que você entenda”, vocativos como “Angeles” e citações a alguns dos teóricos que apresenta no diminutivo, como “Tio Karlinhos” (referente à Karl Marx) e “Seu Raymundinho” (referente à Raymond Williams). O humor entra aqui como estratégia de ampliação da divulgação do marxismo, assim como a inclusão recente no canal de tradução simultânea de libras (que, aliás, é outro traço da profissionalização do canal).

Tabela 2 – Categorias de análise do discurso de Rita von Hunty	
Análise do discurso	Definição
<i>Éthos</i>	Professora ativista
<i>Páthos</i>	Integrante da comunidade LGBTQIA+
Opositores	Neoliberalismo, elite brasileira, religião, machismo
Formação discursiva	Crítica e explicação de fenômenos sociais sob ótica do materialismo histórico e se valendo de escárnio e deboche
Predileções temáticas	Questões de gênero, religião, relacionamentos e trabalho

Elaboração própria com base em Orlandi (2020) e Fiorin (2019)

### 3.3. Militante estrategista e o discurso acadêmico

O canal Tese Onze é comandado por Sabrina Fernandes, nascida em Goiânia (GO) em 1988 e formada em economia, com PhD em sociologia política pela Carleton University, no Canadá. Foi na universidade que Sabrina se deparou com Marx pela primeira vez, num estudo guiado sobre O Capital (1867). A sua tese de doutorado, sobre a fragmentação e despolitização da esquerda brasileira, foi premiada pela Associação Canadense de Estudos Latino-Americanos e do Caribe e foi publicada no Brasil em forma de livro - *Sintomas Mórvidos: a Encruzilhada da Esquerda Brasileira* (Autonomia Literária, 2019). Além de professora e pesquisadora, integra o coletivo Subverta, organização ecossocialista do PSOL.

Seu canal no YouTube foi criado em junho de 2017, com o nome *À Esquerda* e, mais tarde, rebatizado em homenagem à 11ª tese<sup>13</sup> crítica de Karl Marx à filosofia de Ludwig Feuerbach. 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). Seu vídeo mais popular é o *Socialista de iPhone?*, postado em fevereiro de 2018 e que soma mais de 479 mil visualizações, 50 mil *likes* e 2.079 comentários. Na ferramenta Google Trends Brasil<sup>14</sup>, é possível identificar o crescimento das buscas pelo nome Sabrina Fernandes no YouTube: saltou de 118 no ano de estreia do canal para um pico de 1.322 em 2019.

O canal também tem alto grau de profissionalização, que fica evidente por pontos como a frequência e cronograma de publicação dos vídeos, vinhetas elaboradas, logo e intervenções gráficas no vídeo que indicam trabalho de pós-produção, com traços sutis de edição que indicam controle do conteúdo. Os vídeos são numerados e organizados em *playlists*. Como recorrências, há a divulgação constante da ferramenta de financiamento coletivo do canal e a indicação de conteúdos de outros produtores marxistas e ecossocialistas no YouTube ou em outras plataformas digitais, como podcasts. O conjunto dessas práticas descritas apontam tanto para um fortalecimento da comunidade da qual se filia como a indicação de caminhos para um aprofundamento teórico do interlocutor.

Em relação à corporalidade, a autora do discurso demonstra uma preocupação estética, com movimentos bem controlados na frente da câmera, maquiagem sempre no rosto e cabelos que variam de cor e corte de tempos em tempos. Uma das *playlists* do canal, inclusive, chama-

---

<sup>13</sup> “Os filósofos apenas interpretam o mundo de diferentes maneiras; porém, o que importa é transformá-lo”.  
Fonte: <https://www.marxists.org/portugues/marx/1845/tesfeuer.htm>, acesso em maio de 2021.

<sup>14</sup> Disponível em < <https://trends.google.com.br/trends/explore?date=2017-06-01%202019-12-31&geo=BR&gprop=youtube&q=Sabrina%20Fernandes> >

se *Maquia e fala* e traz um sujeito discursivo que destrincha conceitos teóricos e provoca reflexões políticas enquanto Sabrina Fernandes faz maquiagem em frente ao espelho. A escolha aponta para um *éthos* que combate a oposição entre *intelecto* e *beleza*, das quais as mulheres são as maiores vítimas, e certo estereótipo de militante comunista.

Figura 6:



\*Elaboração própria / vídeo publicado em 9 de julho de 2020.

O sujeito discursivo mobiliza com frequência léxico próprio do marxismo, como *burguesia*, *luta de classes*, *capital*, *lucro*, *realidade concreta*, *classe trabalhadora* e *práxis*. Em relação ao conteúdo, praticamente todos os vídeos partem de ou trazem assuntos da política brasileira que estão sendo debatidos pelos conglomerados de mídia ou nas redes sociais. As análises de conjuntura são outra constante do sujeito discursivo, que sempre obedece ao critério dialético da relação entre estrutura e agência, próprio do materialismo histórico.

Outra recorrência importante no conteúdo é a oposição à Jair Bolsonaro, com críticas em praticamente todos os vídeos publicados no período restrito à esta análise. Em três deles, o sujeito discursivo fala em inglês, com legendas em português, indicando um interesse de que a sua narrativa contra-hegemônica chegue a públicos fora do Brasil e demarcando, mais uma vez, uma comunicação que se pensa em abrangência e estratégia para demarcar posição política e visão de mundo.



Figura 7:



\*Elaboração própria / vídeo em inglês publicado em 22 de agosto de 2019.

Além do marxismo, o sujeito discursivo também evidencia sua luta política em prol da sustentabilidade ambiental, veganismo e soberania alimentar. Assim, pode-se dizer que este é um *éthos* militante ecossocialista e pesquisadora acadêmica. Prova disso são as explicações sempre ancoradas em rigor metodológico próprio à universidade, o que pode ser verificado na forma como o *éthos* estrutura suas narrativas – com introdução do tema, desenvolvimento e conclusão – e 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 enunciatário 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, que elas vão odiar de cara só porque tá relacionado com uma visão que elas não concordam. (FERNANDES, 2019)

Assim, o *páthos* de seu enunciatário é, essencialmente, alguém que busca aprofundamento teórico sob viés contra-hegemônico. Ao compartilhar com recorrência os processos 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 estudar os escritos originais



mencionados pelos produtores de conteúdo. Há, inclusive, uma *playlist* no canal chamada *Dicas*, na qual o sujeito discursivo dá conselhos sobre como estudar, pesquisar e escrever.

No campo de batalhas do YouTube, esse *éthos* pode ser pensado como um 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.

<b>Tabela 3 – Categorias de análise do discurso de Sabrina Fernandes</b>	
<b>Análise do discurso</b>	<b>Definição</b>
<i>Éthos</i>	Militante ecossocialista e pesquisadora acadêmica
<i>Páthos</i>	Pessoa que se identifica com o marxismo e que busca construir conhecimento a partir de estudo e pesquisa
Opositores	Jair Bolsonaro e seu governo, machistas, neoliberalismo, burguesia brasileira, agronegócio
Formação discursiva	Análises de conjuntura política com argumentação baseada em rigor metodológico e referências
Predileções temáticas	Ecossocialismo/veganismo/questão ambiental, impasses da esquerda brasileira, feminismo e marxismo

*Elaboração própria com base em Orlandi (2020) e Fiorin (2019)*

#### **4. Considerações finais**

O YouTube é acessado mensalmente por mais de 150 milhões de brasileiros e dominado por canais que promovem conteúdo de extrema direita. É, por isso, um dos maiores campos de batalha de ideias e narrativas da atualidade. Este artigo procurou demonstrar a trincheira comunista armada neste campo através dos sentidos mobilizados pelos sujeitos discursivos de três produtores de conteúdo/divulgadores do marxismo na plataforma: Jones Manoel, Rita von Hunty e Sabrina Fernandes. O material (254 vídeos) foi recolhido entre janeiro de 2019 e fevereiro de 2021, período em que a extrema direita neoliberal oficializa seu discurso na figura do presidente Jair Bolsonaro.

Guiada por Fiorin (2019), a análise metodológica revelou três diferentes sujeitos discursivos: combatente revolucionário, professora ativista e militante estrategista, cada

um com diferentes estratégias discursivas e interlocutores. Em comum, a vontade de disputar visão de mundo colocando o marxismo como alternativa para a superação do sistema neoliberal no Brasil e o comprometimento com a formação política da audiência, com vídeos com densidade de conteúdo e referências teóricas.

Na batalha de narrativas, o *éthos* de Jones Manoel está no front. É o mais combativo dentre os analisados, armado de argumentação teórica para disputar ideias e pautar práxis com o objetivo de superação do regime burguês. Já o *éthos* de Rita von Hunty é o que tem maior capacidade de mobilizar adeptos à causa comunista tanto pela estratégia de humor e entretenimento utilizada quanto pelo tamanho do *páthos* com o qual dialoga, a diversa e ampla comunidade LGBTQIA+. Dos três canais analisados, o Tempero Drag é o que traz a maior “comunidade imaginada de iguais” pelos números de seguidores, cliques, *likes* e compartilhamentos.

O sujeito discursivo da cientista social Sabrina Fernandes está mais próximo da intelectualidade acadêmica. Dos três, é o *éthos* mais estrategista, por trabalhar constantemente para fortalecer outros canais da esquerda marxista no YouTube e enfatizar o poder do conhecimento e de rigorosa formação teórica para guiar as transformações cotidianas e combater o inimigo maior, centralizado na figura de Jair Bolsonaro.

Apesar de minoritários dentro do universo de canais de YouTube e de enfrentarem a lógica comercial com a qual a plataforma amplia o alcance de alguns conteúdos em detrimento de outros, os 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, motivada pelos métodos de financiamento coletivo e por compartilhamento de conteúdo entre eles.

Assim, a comunicação é ferramenta importante para disputar a construção de uma memória social sobre o comunismo. Recuperando Patrick Charaudeau, os autores Silva e Angrisano (2018) descrevem que a troca simbólica entre os sujeitos constrói memória social coletiva, 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 saberes de conhecimento e de crença (SILVA; ANGRISANO, 2018, p. 637-638).

Tal disputa pela construção de memória do comunismo é especialmente relevante nos tempos atuais, já que a corrente política figura no discurso oficial do poder executivo do país como um mal a ser combatido. A despeito disso, a realidade difícil enfrentada pelo Brasil de hoje, com crises sanitária, econômica, política e de narrativas, oferece janela de oportunidade para que discursos contra-hegemônicos se fortaleçam, especialmente aqueles capazes de indicar as contradições do *script* neoliberal e estimular reflexões que apontem para sua superação.

Além disso, a excepcionalidade de uma pandemia global vivenciada no presente expõe as mazelas sociais de regimes neoliberais e abre brecha importante para que talentos organizados promovam a aprendizagem revolucionária profissional entre os descontentes, tal qual proposta por Vladímir Lênin (2020). O comunismo se coloca como força não só no Brasil, como indica o filósofo esloveno Slavoj Žižek:

Uma coisa é certa: isolamento, novos muros e mais quarentenas não resolverão o problema. Precisamos de solidariedade incondicional e de uma resposta globalmente coordenada, uma nova forma daquilo que certa vez se chamou de comunismo (ŽIŽEK, 2020, p. 15).

## 5. Referências Bibliográficas

BENTES, Ivana. Economia narrativa: do midiativismo aos influenciadores digitais. In: BRAIGHI, Antônio Augusto; LESSA, Cláudio; CÂMARA, Marco Túlio (orgs.). **Interfaces do Midiativismo: do conceito à prática**. CEFET-MG: Belo Horizonte, 2018. P. 151-169.

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.

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.

CANDIDO, Antonio. O significado de Raízes do Brasil. In: HOLANDA, Sérgio Buarque. **Raízes do Brasil** – 27ª edição. São Paulo: Companhia das Letras, 2014.

CHARAUDEAU, Patrick. Um modelo sócio-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.

FIORIN, José Luiz. **Em busca do sentido: estudos discursivos** – 2ª edição, 2ª reimpressão – 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 (orgs.). **Interfaces do Midiativismo: do conceito à prática**. CEFET MG: Belo Horizonte, 2018. P. 95-110.

GHEDIN, Rodrigo. **Cinco dos dez canais que explodiram no ranking do YouTube durante as eleições são de extrema direita**. Intercept Br, 2019, disponível em <<https://theintercept.com/2019/08/28/ranking-youtube-extrema-direita/>>, acesso em maio de 2021.

LÊNIN, Vladímir. **O que fazer? Questões cadentes de nosso movimento**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2020.

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”. O Globo. 2019. Disponível em <<https://oglobo.globo.com/epoca/o-que-motiva-os-ataques-dos-bolsonaristas-ao-chamado-marxismo-cultural-23376168>>, acesso em março de 2021.

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

PEREIRA, Ailton Teodoro de Souza. **As metamorfoses do marxismo no Brasil**; orientador Sedi Hirano. São Paulo, 2016.

REIS, Ruth; ZANETTI, Daniela; FRIZZERA, Luciano. **A conveniência dos algoritmos: o papel do YouTube nas eleições brasileiras de 2018**. Revista Compólitica, Rio de Janeiro, v. 10, n. 1, p. 35-58, 2020. DOI:10.21878/compolitica.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. Podcast Guilhotina #77, Le Mond Diplomatique Brasil. Disponível em: <https://diplomatique.org.br/guilhotina-77-joao-cezar-de-castro-rocha/>, acesso em maio de 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 março de 2021.

SANTANA, Eliara; MARI, Hugo. **Midiativismo, imprensa e a questão da ideologia**. In: BRAIGHI, Antônio Augusto; LESSA, Cláudio; CÂMARA, Marco Túlio (orgs.). Interfaces do Midiativismo: do conceito à prática. CEFET-MG: Belo Horizonte, 2018. P. 212-225.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **A Cruel Pedagogia do Vírus**. Coimbra, Portugal: Editora Almedina, 2020.

SILVA, André Luiz; ANGRISANO, Rafael. **Uma interface discursiva do midiativismo: ethos e imaginários mobilizados em posts do Jornalistas Livres**. In: BRAIGHI, Antônio Augusto; LESSA, Cláudio; CÂMARA, Marco Túlio (orgs.). Interfaces do Midiativismo: do conceito à prática. CEFET-MG: Belo Horizonte, 2018. P. 629-650.

SCHWARCZ, Lilia Moritz. **Quando acaba o século XX**. São Paulo: Companhia das Letras, 2020.

VIANNA, Marly de Almeida Gomes. Observações sobre ideias socialistas, anarquistas e comunistas na imprensa (1902 – 1924). In: SENA JÚNIOR, Carlos Zacarias (orgs). **Capítulos de história dos comunistas no Brasil [online]**. Salvador: EDUFBA, 2016.

ŽIŽEK, Slavoj. **Pandemia: covid-19 e a reinvenção do comunismo**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2020.