
A contrapublicidade regressiva da direita nas eleições de São Paulo em 2024: um mapeamento das redes discursivas dos candidatos à prefeitura no Instagram¹

Vinicius Suzigan Ferraz²

FAAC-Unesp

FAM

UniAnchieta

RESUMO

Este estudo analisa os discursos contrapublicitários dos candidatos de direita no primeiro turno da campanha à prefeitura de São Paulo em 2024. Partindo da premissa de que esse discurso, originalmente progressista, foi apropriado pelo campo político investigado, a pesquisa utilizou a metodologia de Análise de Redes Discursivas para mapear as redes de coalizão e conflito entre os atores e os conceitos delineados. Os resultados mostram que os atores analisados empregam contrapublicidade de caráter regressivo, ainda que em graus variados; o espectro político examinado apresenta significativa fragmentação discursiva; e o anti-esquerdismo emerge como principal elemento discursivo, servindo como eixo unificador das narrativas desses atores.

PALAVRAS-CHAVE

Comunicação; Política; Contrapublicidade; Instagram; Eleições 2024.

RESUMO EXPANDIDO

Vivemos em tempos de guerra. Não apenas pelos conflitos bélicos, enfrentados diariamente por diversos agrupamentos humanos no planeta terra, mas também por confrontos que muitas das vezes não possuem materialidade, como as guerras culturais, ou as batalhas pelo espírito e mentes, em curso pelas produções de linguagem e agitação da propaganda (Santos, 2020, p. 182), marcadas pela efemeridade do sentido, de ordem ideológica, que ocorrem principalmente, na atualidade, dentro das mídias sócio-digitais e suas *affordances*. Essas batalhas³ geram “problemas de ordem social e moral, relacionados à sexualidade, comportamento, raça, religiosidade etc., mas que também impactam em discussões políticas e econômicas” (Sayuri, 2019 apud Santos, 2020, p. 183).

¹ Trabalho apresentado no GP Políticas e Estratégias de Comunicação do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutor em Comunicação no PPGCOM da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design da Universidade Estadual Paulista (FAAC/Unesp), com período de pesquisa no Digital Media Research Centre da Queensland University of Technology (DMRC-QUT), em Brisbane, Austrália. Docente dos cursos de Comunicação Social na Faculdade de Americana-SP (FAM) e dos cursos EAD 4.0 da UniAnchieta.

³ Segundo Santos (2020, p. 182), o objetivo da retórica da guerra cultural seria a conquista simbólico-psicológica da opinião pública.

Dentro do escopo do conceito de guerra cultural, uma vasta literatura tem demonstrado como atores sociais têm utilizado das suas prerrogativas comunicacionais, principalmente dentro do ambiente digital, para instrumentalizar e minar a desconfiança nas instituições políticas por meio de discursos que visam deslegitimá-las. Essa seria, basicamente, a definição de contrapúblico. Isto é, entender “as arenas para a produção e circulação de discursos que minam a legitimidade da ordem sócio-política estabelecida” (Henriksen, 2024, p. 1).

A temática tem sido preocupação de acadêmicos que estudam participação política e que têm observado retrocessos episódicos das democracias liberais, relacionados ao crescimento da polarização política destrutiva (Esau et al., 2024), a disseminação de má informação e desinformação (Garden et al., 2025), além de processos participativos que procuram disputar simbolicamente as zonas de influências por meio de discursos que visam contestar as linguagens dominantes na esfera pública hegemônica (Melo, 2021).

Dessa forma, este trabalho visa mapear, por meio da Análise de Redes Discursivas⁴ - *Discourse Network Analysis* ou DNA em inglês - (Leifeld, 2020, p. 180), os discursos contrapublicitários, a saber, as participações contra-hegemônicas nas esferas públicas de produção e circulação discursiva, que tentam influenciar positivamente o confronto com a ordem política estabelecida, o famigerado *status quo*.

O estudo analisou as publicações no Instagram dos candidatos de direita durante o primeiro turno das eleições de São Paulo em 2024. Foram selecionados os perfis de Marina Helena-NOVO⁵ (421 mil seguidores), Pablo Marçal-PRTB⁶ com sua conta principal⁷ e reserva⁸ (13,2 milhões de seguidores e 5,2 milhões de seguidores) e Ricardo Nunes-MDB⁹ (1,1 milhão de seguidores).

Os resultados revelaram que esses atores políticos produziram contrapublicidade de caráter regressivo, reinterpretando o conceito originalmente associado a movimentos

⁴ Disponível em: <https://github.com/leifeld/dna/tree/master?tab=readme-ov-file>

⁵ Disponível em: <https://www.instagram.com/marinahelenabr/> Acesso em: 17/02/2025

⁶ Marçal teve seu perfil principal suspenso provisoriamente pelo Tribunal Regional Eleitoral de São Paulo (TRE-SP) dia 24/08/25, por decisão judicial em caráter liminar. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/politica/justica-manda-derrubar-redes-sociais-de-pablo-marcal-ate-o-fim-das-eleicoes-leia-a-decisao/> Acesso em: 17/02/2025

⁷ Disponível em: <https://www.instagram.com/pablomarcal1/> Acesso em: 17/02/2025

⁸ Disponível em: <https://www.instagram.com/pablomarcalporp/> Acesso em: 17/02/2025

⁹ Disponível em: <https://www.instagram.com/prefeitoricardonunes/> Acesso em: 17/02/2025

subalternos, como feminismo, antirracismo, de gênero e sexualidade, para se autodefinirem como grupos que resistem à hegemonia (Melo, 2021, p. 270). A análise também demonstrou uma significativa fragmentação ideológica entre os candidatos nos temas abordados¹⁰, destacando o anti-esquerdismo como elemento unificador em seus discursos.

REFERÊNCIAS

ESAU, Katharina et al. **Destructive polarization in digital communication contexts: a critical review and conceptual framework**. *Information, Communication & Society*, p. 1-22, 2024. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2024.2413127>

GARDEN, Charlotte; KOLTAY, András; KROTOSZYNSKI, Ronald J. Jr. **Disinformation, Misinformation, and Democracy: Legal Approaches in Comparative Context**. Cambridge University Press, 2025.

HENRIKSEN, Frederik Møller. **Anti-systemic counterpublics: rethinking the counterpublic sphere**. *Information, Communication & Society*, p. 1-18, 2024. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2024.2413127>

LEIFELD, Philip. **Policy Debates and Discourse Network Analysis: A Research Agenda**. *Politics and Governance*, v. 8, n. 2, p. 1-12, 2020. <https://doi.org/10.17645/pag.v8i2.3249>

MELO, Rúrion. **Contrapúblicos e os novos conflitos na esfera pública**. In: BATISTA, M., RIBEIRO, E., and ARANTES, R., eds. *As teorias e o caso* [online]. Santo André: Editora UFABC, 2021, pp. 269-296. ISBN: 978-65-89992-29-5. <https://doi.org/10.7476/9786589992295.0009>.

SANTOS, Frederico Rios C. dos. **O que se entende por Retórica da Guerra Cultural**. *Domínios de Linguagem*, Uberlândia, v. 15, n. 1, p. 180-227, 2020. DOI: 10.14393/DL45-v15n1a2021-6. Disponível em: <https://seer.ufu.br/index.php/dominiosdelinguagem/article/view/52265>. Acesso em: 5 jun. 2025.

¹⁰ Os temas abordados pelo estudo foram: conteúdos anti-sistêmicos, anti-institucionais, libertários e anti-esquerda.