Uma via de encanto possível: A estética a favor do maravilhamento na campanha de Zohran Mamdani[1]

Stella Carbonell Seixas[2]
Escola Superior de Propaganda e Marketing – ESPM-SP

Resumo
O presente artigo busca investigar como estratégias de maravilhamento podem operar de forma ética no campo da comunicação política, em oposição aos usos conspiratórios e autoritários da extrema direita. O texto parte das transformações da esfera pública descrita por Jürgen Habermas e a atualização de Mendonça e Aggio (2021), com a introdução da esfera pública neoliberal digitalizada. Dado este cenário político-comunicacional, entendemos a proliferação do maravilhamento como ferramenta política mobilizada pela extrema direita como resposta às faltas criadas pela esfera pública vigente, quando como base Políticas do Encanto (DEMURU, 2024). Analiso a campanha de Zohran Mamdani à prefeitura de Nova York à luz das três fases da esfera pública e as estratégias de maravilhamento empregadas, entendendo como o político conseguiu narrativamente produzir esperança em um campo marcado pela desilusão. Por fim, argumento que a estética utilizada na campanha também tem papel fundamental no seu sucesso, ao tocar na dimensão estético-emocional dos cidadãos (LIPOVETSKY; SERROY, 2015) mobilizando o imaginário das histórias em quadrinhos e desenhos animados, narrativas onde a justiça e a comunidade têm centralidade. Argumenta-se que o campo progressista pode disputar afetos e imaginários sem abandonar o compromisso com a realidade, mobilizando a estética para reativar a esperança democrática.

Palavra-chave: comunicação política; esfera pública; maravilhamento; estética.

ENCANTOS E DESENCANTOS DA ESFERA PÚBLICA

Em Mudança Estrutural da Esfera Pública, Habermas vai fundamentar a sua observação de mudança de uma esfera pública burguesa para uma esfera pública refeudalizada ocorrendo em quatro eixos principais: (i) na economia política; (ii) no ecossistema de comunicação; (iii), nos processos de subjetivação; e (iv) na configuração do político e papel do debate. Camilo Aggio e Ricardo Fabrino Mendonça (2021) vão

[1] Trabalho apresentado no GP Estéticas, Políticas do Corpo e Interseccionalidades, do 26º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 49º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.
[2]Doutoranda de Comunicação e Práticas do Consumo da Escola Superior de Propaganda e Marketing – ESPM-SP. O presente trabalho foi realizado com apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) - Brasil., email: stella.seixas27@gmail.com.

propor uma terceira fase da esfera pública, marcada pela ascensão do neoliberalismo e a digitalização dos meios de comunicação e relacionamentos.

Em Habermas, a economia política da esfera pública burguesa era caracterizada pela reestruturação econômica que origina a distinção entre público e privado como conceitos autônomos. Já na esfera pública refeudalizada, o autor vê no Estado social-democrata a publicisação de interesses privados disfarçados de públicos em busca de validação social, e essas diferenças de interesses insuperáveis dificultariam o desenvolvimento de uma razão política válida voltada para o bem público. Com a ascensão do neoliberalismo, não só como regime econômico mas como um norteador político-social-subjetivo, Mendonça e Aggio observam o enfraquecimento de uma noção de público, suplantado por um privado que não mais se dá o trabalho de ocultar seus interesses. O ideário neoliberal impulsionado pela crise do petróleo dos anos 70 incentivou privatizações, políticas de desregulamentação, normalização de índices maiores de desemprego e abalo de proteções trabalhistas, como a desmoralização dos sindicatos, de forma a enfraquecer o aparato público e oferecer em troca as soluções privadas, merecedoras de mais atenção. Assim, o espaço público foi reduzido ao "espaço do confronto entre cidadãos privados sobre seus interesses privados". (MENDONÇA; AGGIO, 2021, p. 8).

No eixo do ecossistema de comunicação vigente em cada momento, a primeira fase é caracterizada pela consolidação do jornal como um agente importante na difusão de ideias, formando uma imprensa opinativa que fazia circular visões declaradamente privadas sobre questões públicas. Isso permitiria que indivíduos críticos fossem impactados por opiniões diversas e pudessem levá-las à debates em outras arenas, como os salões e cafés. Com a refeudalização, os jornais passam a responder à lógicas mercadológicas, convertidos em produtos, e assim suas mensagens se descaracterizam, convertendo-se em defesas de interesses privados mercadológicos comunicados como se fossem de bem público. A terceira fase da esfera pública é marcada pela abundância comunicativa (Keane, 2020 apud. MENDONÇA; AGGIO, 2021); a quantidade e velocidade de circulação de conteúdo, sejam eles factuais ou opinativos – se é que essa diferenciação ainda tenha relevância. Os autores observam que essa afluência de informação circulante não levou à melhorias nos fundamentos sociais ou na vida política, na verdade gerando efeito oposto. A quantidade de vozes em circulação –

somada ao ataque institucional neoliberal – fragiliza instâncias regulamentadas de comunicação e infla a capacidade da opinião individual ser expressada, e na cacofonia criada pela interpelação de mensagens, formam-se "comunidades epistêmicas tribalizadas" (MENDONÇA; AGGIO, 2021, p.14), com consequências graves.

> Isolados em seus grupos, indivíduos confeccionam suas próprias epistemologias, seus sistemas de crenças e valores que constituem suas identidades sociais, não raras vezes, numa lógica de afirmação em oposição a outros grupos. Perdem força não apenas as instituições em que se confiava para mediar conflitos epistêmicos (Bennett e Livingston, 2021), mas também os próprios parâmetros para julgamentos factuais e morais, como temia Arendt. (MENDONÇA; AGGIO, 2021, p.14)

No âmbito dos processos de subjetivação, a esfera pública burguesa seria formada por sujeitos críticos, com capacidade de discernimento e pensamento individualizado, estimulado pela leitura individual de notícias, romances e a Reforma Protestante. A mudança comunicacional no papel do jornal tem efeito direto na formação subjetiva da esfera pública refeudalizada, quando, por meio da experiência de comunicação massificada e a satisfação imediata do entretenimento, a capacidade de desenvolvimento de pensamento crítico autônomo é brecada. A subjetivação na terceira fase também está diretamente relacionada às mudanças comunicacionais, quando os interesses privados suplantam os públicos, e os sujeitos deixam de se ver como pessoas, mas sim como pequenas empresas privadas, o *homo oeconomicus*. Neste regime, uma ideia de social é atrofiada, e o papel do Estado passa a ser apenas permitir o crescimento econômico – privado – de maneira minimamente justa. A esfera pública é sequestrada pelos interesses particulares e altera as expectativas desta arena, "O público perde potência normativa, e a defesa do privado pelos privados é entendida não apenas como prática recorrente, mas como o horizonte normativo a ser perseguido". (MENDONÇA; AGGIO, 2021, p.12)

Os circuitos comunicacionais também vão impactar a formação subjetiva dos sujeitos, que afetados pela quantidade e velocidade de informações, estão em constante estado de alerta, porém com atenção parcial aos eventos e anestesiados às questões não imediatas. Esse cenário de fragmentação, customização e seletividade de atenção, somado a falta de referencial normativo, leva os sujeitos a se apegar à conceitos e ideais

que são endossados pelo seu círculo próximo, de maneira que seus relacionamentos afetivos influem diretamente em sua percepção de realidade.

Por fim, o eixo de configuração do político e papel normativo do debate é caracterizado na esfera pública burguesa pelo confronto de argumentos que embasariam a deliberação que legitimaria as decisões tomadas, prezando por um liberalismo político baseado na racionalização em oposição ao aceite de decisões vindas de um soberano. Com a refeudalização, a ideia de um debate sincero se encerra, devido a um parlamento convertido em espaço para brigas de facções privadas sobre seus interesses privados. Não haveria mais um lugar de esclarecimento de ideias privadas sobre questões públicas, mas a divulgação desses interesses particulares com a intenção de convencer a opinião pública de sua legitimidade. Na esfera pública neoliberal digitalizada, a própria noção da importância da Democracia é questionada, impulsionado por lideranças políticas radicais e autoritárias que emergiram em diversos lugares do mundo.

> A rejeição ao sistema político e a polarização assimétrica alimentaram os movimentos que embasaram a ascensão dessas lideranças, os quais se constituem como tribos numa missão de revisão da realidade, contra os contratos fiduciários forjados na modernidade que permitiram consensos mínimos e a própria constituição de público. (MENDONÇA; AGGIO, 2021, p.19)

Atravessando todas as mudanças apontadas por Mendonça e Aggio na esfera pública, está o desamparo de um aparato maior, uma persistente crise em eminência, não das grandes empresas, mas sim dos cidadãos convertidos em pequenas empresas para que possam se ver minimamente refletidos nas decisões públicas tomadas. A identificação com um regime privado é uma questão de sobrevivência, uma busca por alguma forma representação de seus interesses se alinhando com os interesses de grandes conglomerados privados. Essa noção é alimentada por tais conglomerados, que podem justificar suas demandas não como apenas para ganho próprio, mas como uma melhora para toda a "classe empresarial", englobando desde pequeno empreendedor, até o profissional liberal pejotizado. Por trás das questões materiais centrais, se observa em todos os eixos uma busca, às vezes desesperada, por um senso de comunidade simbólica, alguém outro que se importe com o que eu me importo, que compartilhe os mesmos valores que os meus, valores esses que não se resumem a decisões econômicas disfarçadas de públicas.

Tabela 1 – Reelaboração da Configuração da Esfera Pública

	Esfera Pública Burguesa	**Esfera Pública Refeudalizada**	**Esfera Pública Neoliberal Digitalizada**
Economia Política	Liberalismo e a distinção clara entre público e privado	Estado social- democrata sobreposição entre público e privado.	Neoliberalismo e desmoralização da noção de público
Ecossistema comunicacional	Jornais como porta-vozes de visões privadas sobre questões públicas e conversações em espaços como salões e cafés.	Jornais como propaganda de interesses privados, encenados como se fossem públicos.	Abundância comunicativa, interpelação de mensagens e formação de comunidades epistêmicas tribalizadas
Processos de subjetivação	Intimidade e privacidade estruturadoras de sujeitos críticos	Experiência coletiva da comunicação de massa mina subjetividade crítica.	Ideia de público atrofiada, *homo oeconomicus* e fragmentação da noção de realidade
Configuração do político e papel normativo do debate	Racionalização da dominação política e choque de argumentos para legitimação de decisões. Publicidade.	Antagonismo em torno de interesses privados, parlamento como assembleia de facções e visibilidade aclamatória.	Debate entrincheirado, erosão dos contratos fiduciários que permitiram a própria constituição do público

Fonte: MENDONÇA; AGGIO, 2021, p. 6 e reelaboração própria

Essa combinação de fatores cria o ambiente perfeito para a proliferação do maravilhamento como ferramenta política. A obra do semioticista Paolo Demuru, Políticas do Encanto (2024), vai se debruçar sobre essa utilização do maravilhamento pela extrema direita como forma de conquista e manutenção de apoiadores, partindo da ideia que "[...] o extremismo de nossa era tornou-se encantador, e os encantos de nossa era tornaram-se extremistas" (DEMURU, 2024, p.12). O autor parte da premissa que as batalhas políticas são travadas em uma disputa por sentido, e busca avançar a discussão sobre veracidade e falácia das informações circuladas pela extrema direita, discussão essa de grande investimento pelo campo progressista, para questionar como, mesmo que falsa, determinada informação consegue ser interpretada como verdade.

O sucesso da investida maravilhosa da direita se dá pois endereça diretamente os sentimentos de desamparo e falta de comunidade oriundos da esfera pública neoliberal digitalizada. Primeiro, o maravilhamento gera perspectiva de melhorias na qualidade real de vida das pessoas. Narrativas conspiratórias são capazes de oferecer uma solução simples para problemas complexos ao depositar em um inimigo em comum toda a culpa para uma situação, um nós contra eles difuso porém consistente, onde não se têm muita clareza de quem são eles, mas a segurança de quem somos nós. E eles odeiam a nós, assim como nós odiamos a eles. O maniqueísmo alimentado deposita na existência do outro toda a raíz dos problemas enfrentados pela sua comunidade, concluindo portanto que haveria uma forma simples de solucioná-los: eliminando o inimigo. Essa lógica proporciona conforto ao oferecer uma solução clara, objetiva e relativamente factível, mesmo que por vias antidemocráticas, e alimenta a radicalização enquanto enfraquece a soberania do Estado.

Porém, factualmente, não há apenas um grupo responsável, e algumas vezes esses inimigos são fantasiosos, como seitas de bilionários, governos paralelos ou mesmo alienígenas (como os reptilianos). O que podería ser um furo de roteiro suficientemente grande para desestabilizar a crença nessas narrativas acaba tendo o efeito oposto, encantando ainda mais seus adeptos por meio do entretenimento. Em segundo lugar, a caça ao tesouro por pequenos indícios de que suas fantasias são reais criam propósito, um jogo alimentado pela sua comunidade e líderes. Neste cenário, uma palavra não é apenas uma palavra, um número é um código, um gesto é um sinal, “Nada é como parece. Nada acontece por acaso. Tudo está conectado” (DEMURU, 2024, p. 28), e a “descoberta” destes indícios produz euforia em grau suficiente para irromper em meio à caos comunicacional e prender a atenção e os afetos dentro de uma determinada bolha, que vai seguir dando doses de animação e satisfação simbólica. A sensação de saber o que os outros não sabem cria sentimento de superioridade e, por fim, segurança.

Finalmente, ela endereça diretamente a busca por comunidade. A fundamentação do populismo conspiratório é a criação de um nós injustiçado contra um eles maquiavélico, dividindo a sociedade em dois grupos distintos, preenchendo o espaço simbólico da coletividade deixado pela máxima neoliberalista de cada um por si. Ela é alimentada pela falta de outros tipos de comunidade possíveis dentro da lógica neoliberal que esvazia qualquer tipo de senso de coletividade que reivindicasse os

interesses públicos acima dos privados, e pelo isolamento epistêmico do ecossistema de comunicação digitalizado. Explorando as necessidades simbólicas básicas que foram negligenciadas na composição da esfera pública do século XXI, a direita produz sentimentos maravilhosos de justiça, segurança, amparo e comunidade.

Mas então, por que o campo progressista não se apropria dessas estratégias na sua busca por apoio? Demuru vai argumentar que a estratégia combativa da esquerda está embasada em tentar desmontar a fantasia da direita por meio de argumentos lógico-jurídicos-racionais, que não tem efeito contra o discurso cativante e maravilhoso empregado pela outra parte. Assim, em oposição ao encantamento, a esquerda trabalha em uma narrativa socialmente elitista de "ratiosupremacismo" (Wu Ming 1 apud. DEMURU, 2024), uma visão de mundo que enxerga apenas o lógico versus o ilógico, a ciência e a ignorância, não reconhecendo o papel sedutor e sugestivo da linguagem. O que essa postura falha em observar é que as fantasias da direita partem de "núcleos de verdade" (DEMURU, 2024, p.48), fatos reais que passam a ter explicações e alternativas fantasiosas (como a queda mensurável na qualidade de vida, pelo aumento do custo de vida por exemplo).

A postura adotada passa a ser a da negação: *negando* histórias falsas; *impedindo* retrocessos nos direitos civis, políticas de conservação ambiental e direitos de trabalhador; lutando para que medidas sejam *reprovadas*; para que candidatos à presidência, prefeitura, deputados e governadores *não sejam eleitos*. A negação constante produz dois efeitos importantes: de um lado, uma atitude de estraga prazeres condescendente, que não convida a pessoa contrariada a se juntar ao "lado da verdade" e retroalimenta o desafeto da oposição; e do outro um discurso que reforça o sentimento de desespero e desamparo ao constantemente apontar os problemas atuais. É uma frente muito ocupada em conter o real e o presente, sem a oportunidade de fantasiar e olhar para o futuro.

O MARAVILHOSO ZOHRAN MAMDANI

Mas como gerar um maravilhamento ético? É possível oferecer uma perspectiva de maravilhamento que seja fundamentada na realidade?

Dentro do cenário delicado que vivemos, com o movimento político internacional pendendo para a extrema direita, em uma briga narrativa onde a sensação

é de argumentar o óbvio e lutar para preservar o básico diariamente, e um olhar da esquerda que já não consegue olhar para o amanhã pois está ocupado em proteger o hoje, surge Zohran Mamdani. Mamdani é um político estadunidense, filho de pais imigrantes de Uganda, mussulmano e declaradamente socialista. Ele também é o atual prefeito da cidade de Nova York, com o maior número de votos em uma eleição primária da história da cidade (ANDRÉS, 2025). Uma figura extrema como Mamdani conquistar tamanho êxito no clima político pós-2020 é algo que demanda atenção dentro de uma agenda com o objetivo de mobilizar a população em função de um projeto democrático-progressista.

A plataforma de campanha de Mamdani se ergueu em apenas três pilares: congelamento do preço do aluguel, creches gratuitas e ônibus gratuitos (ANDRÉS, 2025), fundamentalmente endereçando a sustentabilidade financeira de uma vida minimamente digna, dentro de uma das cidades mais caras do mundo. Ao tocar no cerne da dor do cidadão médio nova iorquino, com uma promessa direta, que parte de uma solução simples (a taxação dos multimilionários que vivem na cidade), Mamdani faz uso das mesmas estratégias de maravilhamento mobilizadas pela extrema direita, porém fundamentadas em uma realidade comprovada.

Suas propostas foram caracterizadas como irresponsáveis e fantasiosas (SONNENFELD; TIAN; HENRIQUES, 2025), criticadas por empresários que prometiam levar seus negócios para outros lugares, e até pelo próprio presidente do país, que chamou Mamdani de “comunista lunático” (ANDRÉS, 2025) e ameaçou enviar tropas para Nova York no caso da vitória do socialista. Ainda assim, suas promessas encantadoras geraram mobilização popular de mais de 100.000 voluntários e a maioria dos votos na eleição (UETRICHT, 2025). Algo de muito profundo ressoou com os cidadãos de Nova York a ponto de gerar 32% de crescimento nas intenções de votos em menos de 6 meses.

Quando observadas em um primeiro momento, as propostas de Mamdani não se assemelham em nada às afirmações fantasiosas feitas pela direita conspiratória. Elas são práticas, palpáveis, apoiadas em pura materialidade real: ter tempo e dinheiro. Ainda assim, são capazes de produzir maravilhamento ao retornarem aos princípios básicos de cidadania, trazendo para o poder do Estado o compromisso não com os interesses privados, não com os benefícios empresariais, mas com o público. Mamdani, em sua

campanha, retoma o eixo da economia política na esfera pública burguesa de Habermas, conceito esse que foi extensamente criticado por retratar uma realidade idealizada, merecendo um *mea culpa* do próprio autor ao afirmar que "A formação de um conceito específico de uma época exige que uma realidade social de grande complexidade seja estilizada para dar destaque às suas características peculiares." (HABERMAS, 1992, p. 422, tradução própria)

Ao descentralizar a instância privada da discussão sobre políticas públicas, Mamdani encarna um prefeito fantasioso, que surge quase como dos livros de teoria política, uma versão idealizada de representação democrática, um líder que trabalha para os interesses da maioria dos seus liderados. Dentro do contexto neoliberal de valorização das demandas do capital, em uma cidade conhecida pela centralidade econômica, essa posição é impensável de angariar votos. O político também joga com a estratégia de nós versus eles, porém ao invés de criar um inimigo difuso e com valores deturpados, muda a cisão vertical (esquerda contra direita) para uma horizontal, colocando os "no topo" como inimigos. Participam deste grupo, multimilionários e grandes empresas que, por décadas, conseguiram desviar de suas contribuições públicas não pagando impostos, ou ao menos impostos equivalentes aos demais cidadãos e pequenos negócios da cidade. A seleção do inimigo também se fundamenta em questões práticas, o que seduz a esquerda lógico-racional, ao obrigá-los a pagar os impostos devidos como forma de arrecadar fundos suficientes para que as melhorias prometidas sejam realizadas, mas em última instância retorna a uma fantasia de justiça abandonada quando ousa tocar em uma classe que conseguiu se manter à parte das exigências civis básicas. Em um simples movimento, se equaliza os cidadãos Nova Iorquinos e restaura a perspectiva de uma unidade civil de pessoas iguais ao menos perante o aparato estatal.

UM MARAVILHAMENTO EST(ÉTICO)

Mas por que a campanha de Mamdani difere das demais campanhas políticas, apoiadas em promessas sedutoras que podem ou não se realizar? Se buscarmos ler as propostas eleitorais de seus adversários, o Democrata Andrew Cuomo (CUOMO, [2025?]), e o republicano Curtis Sliwa (SLIWA, [2025?]), também vamos encontrar políticas para a melhoria do custo de vida, circulação e moradia. Na postura derrotada do campo progressista, por que a reação não foi de ceticismo, e sim de esperança? O

que na comunicação realizada pelo candidato irrompeu uma condição de maravilhamento? Muitas matérias de análise da campanha atribuem à sua presença nas redes sociais como chave para o resultado, ou a proximidade que Mamdani estabeleceu com a população nova iorquina (COMMONS LIBRARY, [2026?]; UNIVERSITÀ DELLA SVIZZERA ITALIANA, [s.d.]; LUSCOMBE, 2025; SEARCHLIGHT INSTITUTE, 2025; KINNUCAN, 2025), porém acredito que há mérito a ser reconhecido na contribuição que o design desenvolvido para a campanha teve no resultado das eleições.

Figura 1 – Montagem de elementos visuais da campanha de Zohran Mamdani



Fonte: Graphic Design USA[3]

Marcada por cores vibrantes e frases diretas, a identidade visual da campanha eleitoral de Zohran Mamdani difere da comunicação tradicional. Se baseando nas cores que criam o cenário da cidade (amarelo dos táxis, cores primárias do bilhete de metrô) e tipografia reminiscente aos posters de bodegas, estabelecimentos tradicionais e importantes da rotina em Nova York (STIR WORLD, 2025), o design vernacular utilizado na comunicação do candidato também o aproxima da realidade da metrópole, reforçando sua posição como cidadão nova iorquino e que portanto conhece as necessidades que seus conterrâneos têm.

[3] Disponível em: <https://gdusa.com/mamdanis-campaign-branding-breaks-the-mold/>. Acesso em: 28 mai. 2026

Para além da rápida identificação do candidato em uma cidade veloz e visualmente poluída e o efeito de aproximação produzido por esse design, a identidade de Mamdani carrega algo de ficcional que pode produzir esse efeito maravilhoso: histórias em quadrinhos e desenhos animados. A escolha de remeter a esse tipo de narrativa parece propícia, pois são histórias que estereotipicamente retratam a disputa do bem contra o mau de maneira bastante maniqueísta, com vilões buscando prejudicar a população da cidade (muitas vezes a própria Nova York, ou inspirada nela) de maneira cruel, e um super herói que toma as suas decisões baseado em uma ética inabalável, buscando justiça e o melhor para a população de sua casa. Vilões oligarcas, com muito dinheiro, e heróis "underdogs" que dão a volta por cima. Neste universo, o bem vence o mal e há final feliz.

A estética há tempos é mobilizada de maneira pragmática, para acessar nossas dimensões estético-imaginárias-emocionais como forma de reengajar nossos ânimos em um mundo veloz e disperso. Lipovetsky e Serroy (2015) vão observar esse movimento sendo feito pelas empresas, à fim de recuperar a atenção de potenciais consumidores e sair na frente na disputa infinita pela maior fatia do mercado. Fundamentalmente a ferramentalização da estética é tocar em uma dimensão fantasiosa, é alcançar os nossos imaginários embebidos em afetos e possibilitar que sentimentos brotem. Sentir é o primeiro passo para o agir.

Um candidato à prefeitura filho de imigrantes, que promete melhorar a qualidade de vida dos cidadãos comuns de sua cidade em detrimento dos desejos dos grandes e poderosos, alcança a vitória dentro de um quadrinho ou desenho. Portanto, para que o eleitor acredite que é possível a vitória de Mamdani nas eleições para a prefeitura de Nova York, ele precisa se transportar para essa realidade narrativa, acessada neste caso por meio de decisões estéticas.

E o prefeito segue alimentando este imaginário mesmo depois de sua vitória. Em uma publicação de sua rede social, Mamdani aparece ao lado de algumas crianças assinando um decreto para abolir o horário de dormir nos dias em que os Knick, time de basquete da cidade, estivessem jogando. Ele também é visto caricatamente sempre de terno e gravata, mesmo usando a camiseta do time de basquete, ou quando foi assistir ao jogo de futebol da copa. Também inaugurou o programa "Talk with the People", conversa com as pessoas, onde semanalmente responde perguntas ao vivo de seus

cidadãos (NBC NEWS, 2026), e o "The Morning Pitch" durante a época da Copa do Mundo para dar atualizações sobre trânsito e clima para os residentes e turistas na cidade (NEW YORK CITY, 2026).

Figura 2 – Montagem de Mamdani assinando o decreto, celebrando a vitória dos Knicks e assistindo à Copa do Mundo 2026



Fonte: Elaboração própria. Patch[4], X[5] e Yahoo[6].

Se, de um lado, a direita parece ter se apropriado do universo da ficção científica, promovendo a existência de seitas secretas, diferentes espécies habitando a Terra e mensagens escondidas à plena luz do dia, a esquerda pode se aproximar das histórias em quadrinhos e desenhos animados ao tentar recuperar a possibilidade da justiça ter ação no mundo, uma realidade onde as boas intenções e escolhas tomadas com o bem da comunidade em mente são promovidas e um norte moral compartilhado orienta as decisões tomadas pelos líderes. O mal irá cair e o bem poderá prevalecer.

Talvez, uma forma de reativar a maravilhamento de forma ética seja por meio da estética, enraizado no real mas envelopado de uma maneira que permita tocar em um pouco de fantasia.

Referências

ANDRÉS, Roberto. Z de Zohran. Revista Piauí, Rio de Janeiro, 5 nov. 2025. Disponível em: https://piaui.uol.com.br/web/zohran-mamdani/. Acesso em: 2 jun. 2026.

[4] Disponível em <https://patch.com/new-york/new-york-city/mayor-mamdani-repeals-bedtime-nyc-kids-during-nba-finals > Acesso em: 14 jun. 2026
[5] Disponível em <https://x.com/WFAN660/status/2066288543786254638>. Acesso em> 14 jun. 2026
[6] Disponível em <https://www.yahoo.com/news/us/articles/mamdani-scores-free-exclusive-world-223906919.html>. Acesso em 14 un. 2026

COMMONS SOCIAL CHANGE LIBRARY. Lessons from the Zohran for NYC campaign: strategy, organising and people power. Commons Library, 2025. Disponível em: <https://commonslibrary.org/lessons-from-the-zohran-for-nyc-campaign-strategy-organising-and-people-power/>. Acesso em: 2 jun. 2026

CUOMO, Andrew. On the Issues. Andrew Cuomo for Mayor of New York City, [2025?]. Disponível em: https://www.andrewcuomo.com/issues. Acesso em: 3 jun. 2026.

DEMURU, Paolo. Políticas do encanto: extrema direita e fantasias da conspiração. São Paulo: Editora Elefante, 2024. E-book Kindle. ISBN 9786560080485

HABERMAS, Jürgen. Further Reflections on the Public Sphere. In: CALHOUN, Craig (ed.). Habermas and the Public Sphere. Cambridge, MA: MIT Press, 1992. p. 421–461.

KINNUCAN, Michael. How Zohran Mamdani Triumphed Over a Decrepit Establishment. Jacobin, 4 nov. 2025. Disponível em: https://jacobin.com/2025/11/mamdani-dsa-democrats-cuomo-socialists. Acesso em: 2 jun. 2026

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. A Estetização do Mundo: Viver na Era do Capitalismo Artista. 1. ed. [S. l.]: Companhia das Letras, 2015. 472 p. ISBN 9788535925692.

LUSCOMBE, Richard. How Mamdani built an ‘unstoppable force’ that won over New York. The Guardian, 6 nov. 2025. Disponível em: https://www.theguardian.com/us-news/2025/nov/06/zohran-mamdani-campaign-new-york-democrats. Acesso em: 2 jun. 2026.

MENDONÇA, Ricardo Fabrino; AGGIO, Camilo. As metamorfoses da esfera pública ou a nova mudança estrutural. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 30., 2021, São Paulo. Anais eletrônicos [...]. São Paulo: Compós, 2021. Disponível em: https://proceedings.science/p/130173?lang=pt-br. Acesso em: 17 nov. 2025.

NBC NEWS. NYC Mayor Zohran Mamdani is launching a chat show on Twitch. NBC News, 21 maio 2026. Disponível em: https://www.nbcnews.com/news/us-news/nyc-mayor-zohran-mamdani-launching-chat-show-twitch-rcna346301. Acesso em: 13 jun. 2026.

NEW YORK CITY. Office of the Mayor. Transcript: Mayor Mamdani hosts “The Morning Pitch” to provide traffic and weather updates ahead of World Cup. New York, 11 jun. 2026. Disponível em: https://www.nyc.gov/mayors-office/news/2026/06/transcript-_mayor-mamdani-hosts--the-morning-pitch--to-provide-t. Acesso em: 13 jun. 2026.

SEARCHLIGHT INSTITUTE. How Zohran Mamdani Won. Searchlight Institute, 5 nov. 2025. Disponível em: https://www.searchlightinstitute.org/research/how-zohran-mamdani-won/. Acesso em: 2 jun. 2026.

SLIWA, Curtis. Platform. Curtis Sliwa for Mayor, [2025?]. Disponível em: https://www.sliwafornyc.com/platform. Acesso em: 3 jun. 2026.

SONNENFELD, Jeffrey A.; TIAN, Steven; HENRIQUES, Stephen. The Problems with a Socialist Vision for NYC. Yale Insights, New Haven, 1 jul. 2025. Disponível em: https://insights.som.yale.edu/insights/the-problems-with-socialist-vision-for-nyc. Acesso em: 2 jun. 2026.

STIR WORLD. Inside Zohran Mamdani's defiant and unruly campaign design, radiant with purpose. STIRworld, 2025. Disponível em: https://www.stirworld.com/see-features-inside-zohran-mamdani-s-defiant-and-unruly-campaign-design-radiant-with-purpose. Acesso em: 2 jun. 2026.

UETRICHT, Micah. Zohran Mamdani's Field Director on Knocking 3 Million Doors: interview with Tascha Van Auken. Jacobin, 22 dez. 2025. Disponível em: https://jacobin.com/2025/12/zohran-campaign-field-canvassing-volunteers. Acesso em: 2 jun. 2026.

UNIVERSITÀ DELLA SVIZZERA ITALIANA (USI). Public sphere. Lugano: USI, [s.d.]. Disponível em: https://www.usi.ch/en/feeds/33573. Acesso em: 2 jun. 2026.