

Comunicação Marxista Versus Extrema Direita: Uma Análise dos Canais "Assim Disse o João" e "História e Vinhos"¹

Bruno Paiva de Souza²

Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG

RESUMO

Comunicadores marxistas têm utilizado cada vez mais a Internet para difundir seus ideais, buscando ocupar espaços digitais, como o YouTube, com o intuito de construir audiências e trazê-la para o campo comunista. Este estudo compara sua presença com a extrema direita online. Os dados são avaliados criticamente, analisando o desempenho histórico do canal marxista João Carvalho e o de extrema direita Marcelo Andrade, buscando entender e debater estratégias de comunicação. Discute-se a eficácia da ocupação digital como estratégia, refletindo sobre seu relativo sucesso, discutindo o papel da comunicação na disseminação ideológica e mobilização política.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação marxista; ocupação de espaços; plataformas digitais; extrema direita; militância.

INTRODUÇÃO

A internet surge como ferramenta poderosa para disseminar princípios e ideais. Nesse contexto, militantes comunistas aproveitaram a oportunidade para buscar ocupar esses espaços na web, utilizando Agitação e Propaganda para difundir a ideologia. O propósito é construir uma audiência que entenda princípios essenciais do marxismo. Grosseiramente falando, a agitação mobiliza massas em questões específicas, gerando insatisfação e ação, focando em questões políticas e socioeconômicas imediatas. Já a propaganda busca disseminar ideias e valores de forma mais aprofundada. Ambas são essenciais na mobilização. Lênin, citado por Moraes (2018), afirma que

A propaganda propõe-se a divulgar e esclarecer aos trabalhadores a teoria marxista e as estratégias do partido; ajuda a compreender os objetivos gerais para o futuro e o desenvolvimento da sociedade. A agitação baseia-se principalmente na política corrente e nas questões socioeconômicas, contribuindo para a solução dos problemas táticos imediatos.

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Comunicação Política e Eleitoral, evento integrante da programação do 27º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 30 de maio a 1º de junho de 2024.

² Estudante de Pós-Graduação 1º. semestre da Linha de Pesquisa Processos Comunicacionais e Interfaces Sociais da PPGCOM-UFJF, email: brunopaivadesouza2@gmail.com

O conceito de "plataformização", também importante para a pesquisa, busca entender como a comunicação foi adaptada às plataformas digitais, reorganizando suas práticas em torno delas. O entendimento político de ocupação de espaço refere-se à presença ativa e influente em ambientes físicos ou virtuais, exercendo impacto e influência.

Este artigo foca na ocupação de espaços online por comunicadores marxistas, usando a extrema direita como referência para análise. Embora com viés, mantém a objetividade e respeito ao objeto de estudo.

Para a análise, João Carvalho (canal anteriormente denominado "Assim Disse o João") e Marcelo Andrade (canal anteriormente denominado "Marcelo Andrade – História e Vinhos) foram escolhidos. Carvalho, com formação em História e 190 mil inscritos, e Andrade, com 175 mil inscritos, é advogado e se autodenomina professor de História, apesar de não ter formação registrada em História na Plataforma Lattes.

A escolha foi feita dada a proximidade em seguidores com Carvalho. Outros expoentes da extrema direita que vêm à mente contam com um alcance de seguidores significativamente maior, variando de três a dez vezes mais. Entre eles, destacam-se figuras como Kim Kataguirí, Mamãe Falei, Brasão de Armas, Caio Coppolla e "PAVIVIEW | o canal do Pavinatto".

METODOLOGIA

Para atender aos objetivos do estudo, utiliza-se uma abordagem qualitativa de análise de dados. Essa escolha metodológica se justifica pela capacidade de oferecer uma interpretação direcionada do desempenho dos canais selecionados na internet. Um aspecto a ser examinado é a evolução temporal dos canais, exemplificada por dois períodos específicos: um marcado como "11 meses atrás" e outro como "2 meses atrás". A análise desses intervalos permite investigar o crescimento dos canais ao longo do tempo e identificar os vídeos com maior e menor impacto.

Este modelo de análise possibilita uma avaliação do crescimento em números dos canais, levando em consideração fatores como número de inscritos em cada momento, média de visualizações e tema do vídeo mais e menos visto nos períodos selecionados. Ao focar em uma análise qualitativa, explora-se nuances e complexidades da ocupação dos espaços digitais pela esquerda marxista e pela extrema direita. Essa metodologia é

utilizada para discutir a viabilidade da ocupação dos espaços digitais pela esquerda marxista, contribuindo para uma reflexão sobre o papel da comunicação digital na política contemporânea.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Na discussão teórica, são consideradas as contribuições de Coutinho (1992) sobre o conceito gramsciano de hegemonia, as análises de Nabarrete (2022) e as ideias de Alvarez (2019) acerca da ocupação espacial, baseadas em Lefebvre. Também são abordadas as reflexões de Dijck, Poell e De Waal (2018), as perspectivas de militância revolucionária de Lenin (1900) e as análises de Gillespie (2018).

Também é levada em consideração a terminologia de João Carvalho sobre a disputa por espaços, evidenciada na citação:

Os aparelhos de comunicação estão na mão da burguesia e eles são usados pela burguesia para manter o *status quo*, e cabe a nós subvertê-los. Tem uma longa tradição: isso já vem sendo feito desde Marx com seus panfletos, com Engels em “Do Socialismo Utópico ao Socialismo Científico”, que, hoje em dia é um dos livros mais vendidos, introdutório para o comunismo. Aquilo eram três capítulos de um livro grande que eles falaram “isso aqui é muito bom para a formação. Vamos meter em panfletos? Vamos traduzir”? Por que Lênin trabalhava com o jornal? Por que o jornal era barato e chegava na classe trabalhadora. Então, eu falo brincando que Lênin, se tivesse vivo hoje, seria Tik Tok. Ele estaria fazendo a “dancinha do tubarão”, porque a gente tem que estar em todos os espaços. Em política não existe espaço vazio. Se esse espaço fica vazio, ele vai ser ocupado por outra coisa. (CARVALHO, 2022).

Essa perspectiva dialoga com a de Gramsci, que enfatiza a importância de ocupar e buscar a hegemonia em um espaço como um passo para estabelecer uma base em direção ao poder governamental (COUTINHO, 1992).

Alvarez (2019) destaca a mobilização do espaço como elemento-chave na compreensão do sentido estratégico, econômico e político da produção do espaço, ampliando sua compreensão além de sua materialidade. Nabarrete (2022) enfatiza a concepção material dos meios de comunicação, argumentando que os meios de comunicação são também meios de produção.

Lenin (1900) destaca a importância de não limitar as atividades militantes a um plano pré-determinado, mas sim de utilizar todos os métodos de luta que correspondam às forças do partido e permitam alcançar os melhores resultados possíveis em

determinadas condições, o que corrobora com a ideia de atuação militante nas plataformas digitais.

Também é considerada a abordagem de Gillespie (2018, p. 98), que traz a dimensão algorítmica de “entrelaçamento com a prática”, que aborda como os usuários reconfiguram suas práticas para se adequar aos algoritmos dos quais dependem e como podem transformar algoritmos em espaços de disputa política.

PRINCIPAIS RESULTADOS

A coleta de dados ocorreu em 17 de abril de 2024, considerando vídeos postados há cerca de 11 meses (primeiro intervalo) e 2 meses (segundo intervalo). Os canais de João Carvalho (comunista) e Marcelo Andrade (extrema-direita) foram analisados com base nas datas registradas no YouTube.

Os dados revelam que João Carvalho teve um aumento de 143 mil para 184 mil inscritos em 8 a 9 meses, representando um crescimento de cerca de 28,7%. Já Marcelo Andrade cresceu de 52,2 mil para 151 mil inscritos no mesmo período, um aumento de aproximadamente 189,3%.

Em 18 de abril de 2024, Marcelo conta com 176 mil seguidores e João com 191 mil, podendo Marcelo superar João por volta de junho de 2024, segundo previsão algorítmica do site SocialBlade³. Durante o período "11 meses atrás", João produziu 21 vídeos e Marcelo 15; no "2 meses atrás", João fez 24 e Marcelo 34 vídeos. A média de visualizações de João foi superior em ambos os períodos.

Os vídeos mais populares de João tiveram uma média de cerca de 39.476 visualizações no primeiro intervalo e 36.092 no segundo. Os de Marcelo alcançaram cerca de 16.173 visualizações no primeiro intervalo e 28.674 no segundo.

Marcelo teve um crescimento significativo na média de visualizações, representando um aumento de cerca de 77,29%. No período “há 11 meses atrás”, seu vídeo menos visto teve 2.546 visualizações, enquanto o mais visto teve 117 mil visualizações. No mesmo período, João teve seu vídeo menos visto com 22 mil visualizações, e o mais visto com 86 mil visualizações.

³ As projeções podem ser acessadas em: <
<https://socialblade.com/youtube/user/assimdisseojao/futureprojections/subscribers>> (João Carvalho) e <
<https://socialblade.com/youtube/c/marceloandradehistoriaevinhos/futureprojections/subscribers>> (Marcelo Andrade).
Acesso em: 18 abr de 2024.

No período “há 2 meses atrás”, o vídeo menos visto de Marcelo teve 3.2 mil visualizações, enquanto o mais visto teve 197 mil visualizações. No mesmo período, João teve seu vídeo menos visto com 8,4 mil visualizações, e o mais visto com 71 mil visualizações.

Em suma, enquanto João Carvalho demonstra maior consistência em termos de alcance junto ao público, Marcelo Andrade apresenta uma tendência de crescimento mais significativa, possivelmente devido a investimentos em anúncios para impulsionar seu conteúdo.

CONCLUSÃO

Considerando os dados, nota-se uma clara tendência de crescimento na influência dos comunicadores da extrema direita online. Isso é evidenciado pelos altos números de inscritos nesses canais, em contraste com a raridade de canais do espectro oposto com essa magnitude. O único exemplo é o canal "Tempero Drag", de Rita Von Hunty, com 1,21 milhões de inscritos. Distinções entre esses canais afetam as estratégias de comunicação e a possível ocupação das redes pela esquerda radical.

A disparidade entre os vídeos mais e menos visualizados de cada canal é relevante. Marcelo Andrade teve um vídeo mais popular com uma quantidade substancialmente maior de visualizações, sugerindo promoção paga ou estratégias de engajamento específicas. É válido ressaltar a importância estratégica comunicacional dos *reacts* e discussões sobre temas polêmicos, que atraem visualizações e inscritos. No entanto, estas estratégias podem levantar questões sobre a integridade e impacto do conteúdo.

A influência do algoritmo de recomendação do YouTube na promoção de conteúdo extremista de direita é algo importante de se notar, facilitando o acesso a conteúdo potencialmente problemático. O investimento financeiro significativo de canais como o Brasil Paralelo⁴ em publicidade nas redes sociais distorce a competição entre diferentes vozes políticas, derrotando a ideia meritocrática de “igualdade de oportunidades” online.

⁴ Segundo a Revista Forum, o “Brasil Paralelo gastou R\$ 22 milhões em redes na Meta em 4 anos, o dobro da Secom” (DELORENZO, 2024).

A assimetria nessa relação beneficia a direita, que investe em estratégias profissionais de comunicação e tecnologia. Enquanto a esquerda enfrenta desafios e restrições, a direita promove sua agenda e amplia sua influência.

No entanto, é fundamental disputar os espaços das plataformas de mídia social, mesmo com desafios e manipulações algorítmicas. Abandonar esses espaços seria concedê-los inteiramente à extrema direita. Canais como os de João Carvalho têm o potencial de estimular ação e desempenhar um papel fundamental em iniciativas sociais e políticas.

REFERÊNCIAS

ALVAREZ, I. P. A noção de mobilização do espaço em Henri Lefebvre. **Geosp – Espaço e Tempo (Online)**, v. 23, n. 3, p. 494-505, dez. 2019, ISSN 2179-0892

CARVALHO, João. **LENIN seria TikToker! Entenda porque PRECISAMOS OCUPAR ESPAÇOS! #Shorts #DLShow #JoãoCarvalho**. Canal Cortes do João [virou] Rapha Corrêa. Publicado em 12 de dezembro de 2024. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=dYRXQlgAZUE>. Acesso em: 18 de abril de 2024.

COUTINHO, C. N. **Gramsci**: Um estudo sobre seu pensamento político. Rio de Janeiro: Ed.Campus, 1992.

DELORENZO, D. Brasil Paralelo gastou R\$ 22 milhões em redes na Meta em 4 anos, o dobro da Secom. Revista Forum, [S.l.], 19 mar. 2024. Disponível em: <https://revistaforum.com.br/midia/2024/3/19/brasil-paralelo-gastou-r-22-milhes-em-redes-na-meta-em-anos-dobro-da-secom-155935.html>. Acesso em: 17 abr. 2024.

DIJCK, José Van; POELL, Thomas; WAAL, Martijn de. **The Platform Society**: Public Values in a Connective World. Oxford: Oxford University Press, 2018.

GILLESPIE, T. A relevância dos algoritmos. **Parágrafo**, v. 6, n. 1, 2018. Disponível em: <https://bit.ly/49P9Fkf>.

Lenin, V. I. Tarefas Urgentes do Nosso Movimento. Novembro de 1900. Disponível em: <https://www.marxists.org/portugues/lenin/1900/11/tarefas.htm>. Acesso em: 17 abr 2024.

MORAES, D. **Lênin e a imprensa revolucionária**. Blog da Boitempo, São Paulo, 29 nov. 2018. Disponível em: <https://blogdaboitempo.com.br/2018/11/29/lenin-e-a-imprensa-revolucionaria/>. Acesso em: 18 set. 2023.



INTERCOM Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
27º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste - Barbacena/MG - 30/05 a 01/06/2024

NABARRETE, P. Hegemonia e engajamento em contexto de mídiatização e plataformação.
Liinc em Revista, v. 18, n. 2, 2022. Disponível em: <https://revista.ibict.br/liinc/article/view/6066>.