

## **Pablo Marçal: a figura do antipolítico e a escalada da violência política no Brasil<sup>1</sup>**

Jules Strogoff de Castro MATOS<sup>2</sup>

Isabella Mudesto Dias COSTA<sup>3</sup>

Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), Juiz de Fora – MG

**RESUMO:** No Brasil, o crescimento dos movimentos de extrema direita reflete tendências conservadoras globais e exerce forte influência sobre a comunicação política. Esta pesquisa foca no estudo de caso da campanha de Pablo Marçal nas eleições de São Paulo, com o objetivo principal de responder à seguinte questão: "Como o discurso disruptivo de Marçal contribuiu para a escalada da violência política, intensificando as tensões e radicalizando o debate eleitoral?" O estudo se concentra no período de 3 a 8 de outubro, analisando as postagens de Marçal no Instagram.

**PALAVRAS-CHAVE:** Comunicação; Política; Violência; Plataformização; Discurso Disruptivo

## **INTRODUÇÃO**

Nos últimos anos, a violência política no Brasil deixou de ser um fenômeno esporádico para se tornar uma presença constante no cenário eleitoral. Relatórios políticos, como V-Dem 2024, indicam um aumento expressivo nos casos de agressões contra representantes de cargos eletivos, candidatos e pré-candidatos. Essa violência, que compromete a integridade do processo democrático, pode se manifestar de diversas

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho 15SE - Estratégias de comunicação política: propaganda eleitoral, campanha permanente e gêneros, evento integrante da programação do 28º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 15 a 17 de maio de 2025.

<sup>2</sup> Mestrando em Comunicação Social pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social (PPGCOM) e Graduada em Comunicação Social– Jornalismo pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). E-mail: [julesstrogoffufjf@gmail.com](mailto:julesstrogoffufjf@gmail.com)

<sup>3</sup> Doutoranda e Mestre em Comunicação Social pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social (PPGCOM) e Graduada em Comunicação Social– Jornalismo pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). E-mail: [dias.isabella@estudante.ufjf.br](mailto:dias.isabella@estudante.ufjf.br).

formas, desde ataques isolados até ações sistemáticas que influenciam diretamente o ambiente político e eleitoral.

Nesse contexto, a candidatura de Pablo Marçal (PRTB) à prefeitura de São Paulo se destaca por um discurso fortemente emocional e polarizador, que intensifica as tensões políticas. Seu estilo de comunicação se baseia na exploração das plataformas digitais para mobilizar seguidores e gerar engajamento, recorrendo a técnicas que amplificam antagonismos e aprofundam divisões. O crescimento desse tipo de estratégia está atrelado a fatores como o enfraquecimento das instituições democráticas e a ascensão de grupos extremistas que rejeitam a política tradicional, muitas vezes sob o discurso de neutralidade ou oposição ao sistema.

Parte da literatura foca na relação entre mídias tradicionais e populismos, com ênfase na mediatização de agendas e lideranças populistas (Mazzoleni & Bracciale, 2018). Outros estudos examinam o papel das mídias sociais na disseminação de mensagens que enfatizam aspectos discursivos e estilísticos da ideologia populista (Gerbaudo, 2018), incluindo o caso brasileiro do bolsonarismo (Aggio & Castro, 2020). Destacam-se, entre esses aspectos, discursos simplistas que aprofundam o antagonismo entre grupos e um estilo de comunicação baseado em mensagens altamente emocionais e dramáticas.

Essa abordagem apela para uma retórica do caos e destaca a estética da simplicidade na apresentação da liderança populista como um “cidadão do povo” (Ernst et al., 2019). Assim, o populismo é investigado nos estudos de comunicação política não apenas como uma ideologia, mas como uma forma de comunicação socialmente transmitida (Mazzoleni & Bracciale, 2018), estilo ou expressão de comunicação política (Jagers & Walgrave, 2007; De Vreese et al., 2018).

Para compreender a relação entre o discurso político e a escalada da violência, este trabalho analisa a campanha eleitoral de Pablo Marçal em São Paulo, com foco em suas estratégias discursivas e midiáticas em seu Instagram. A pesquisa se concentra em 52 vídeos postados por Marçal no Instagram entre 3 e 8 de outubro, selecionando momentos-chave da campanha, como sua abordagem ao debate, o pedido de desculpas subsequente, o vídeo postado na véspera da votação e seu pronunciamento de derrota. A partir da Análise de Conteúdo de Bardin (2011) e da teoria da Plataformização de Van

Dijck (2018), busca-se identificar padrões discursivos que possam estimular conflitos, reforçar a polarização e naturalizar práticas antidemocráticas.

Ao examinar a retórica de Marçal dentro desse contexto, a pesquisa pretende compreender de que maneira suas táticas comunicacionais se articulam com tendências mais amplas de violência política no Brasil, explorando a conexão entre populismo digital, radicalização e a mobilização de seguidores em torno de narrativas confrontativas.

## **2. Metodologia e *Corpus* de Análise**

O objetivo deste estudo é analisar as estratégias discursivas e midiáticas de Pablo Marçal, nas eleições de 2024, em São Paulo, com ênfase no potencial de suas postagens no Instagram para estimular a violência política e radicalizar o debate público. A análise se concentra em como sua comunicação digital pode ter contribuído para a escalada de tensões, ampliando discursos de polarização e minando a legitimidade do processo eleitoral.

A pesquisa abrange um período crítico da campanha de Marçal, de 3 a 8 de outubro de 2024, e examina 52 vídeos postados pelo candidato nesse intervalo. O recorte inclui momentos estratégicos, como a véspera do último debate eleitoral, a véspera do primeiro turno e o pronunciamento pós-eleitoral. A metodologia adotada é a Análise de Conteúdo de Bardin (2011), com suporte na teoria da Plataformização de Van Dijck (2018), para compreender de que maneira o Instagram foi utilizado na mobilização de seguidores e na intensificação de discursos de confronto.

A hipótese central é que a retórica de Marçal não apenas se alinha às estratégias discursivas do bolsonarismo, mas também opera como um catalisador de tensões, explorando o ambiente digital para ampliar a desconfiança nas instituições e normalizar discursos de antagonismo. Suas postagens, ao se apoiarem em um tom beligerante e em estratégias de polarização, podem ter reforçado um ambiente de hostilidade política, intensificando disputas e contribuindo para a legitimação da violência no cenário eleitoral.

## **4. Fundamentação Teórica**

Para compreender os outsiders na política, é fundamental reconhecer as dinâmicas que regem o campo político, conforme apontado por Bourdieu (1998), que descreve a

distribuição do capital simbólico e a hierarquia que se estabelece ao longo do tempo. Os indivíduos que se posicionam como antissistema, ou outsiders, buscam romper com essa lógica, almejando participar da política sob novas perspectivas. Essa postura, que critica partidos e políticos tradicionais, enfrenta um paradoxo: ao se elegerem, esses outsiders precisam se acomodar ao campo político, negociar alianças e atender a valores compartilhados por atores estabelecidos, muitos dos quais têm extensa experiência eleitoral e pertencem a tradições familiares ou oligarquias.

Nesse contexto de discurso antipolítico, políticos como Jair Bolsonaro, com mais de 28 anos de trajetória política, demonstram como navegar na onda dos outsiders, especialmente considerando que não apenas ele, mas também seus filhos ocupam cargos eletivos. Desde 2016, figuras como o coach Pablo Marçal têm adotado estratégias para construir suas imagens de outsiders, especialmente no período eleitoral.

A Comunicação Eleitoral, uma subárea da Comunicação Política, é essencial para entender este fenômeno. Gomes (2004) destaca que a política contemporânea se relaciona intimamente com a mídia, e que as estratégias eleitorais são centradas no consumo de imagens públicas. A eficácia dessas estratégias requer profissionais capacitados em marketing e planejamento de campanha, direcionando suas ações a um público que se torna uma audiência para os meios de informação, com potencial para se transformar em eleitores.

Segundo Tesseroli e Panke (2021), a comunicação política abrange diversas vertentes, incluindo a governamental e a eleitoral. A comunicação eleitoral, específica ao contexto das campanhas, engloba todas as atividades utilizadas por candidatos e partidos para influenciar a opinião pública, incluindo debates, comícios e anúncios nas redes sociais. Para Swanson e Nimmo (1990), citados por Oliveira et al. (2024), essa comunicação eleitoral é uma instância crucial que reflete os princípios comunicacionais em um contexto eleitoral.

Desde 2016, surgem fenômenos que se autointitulam outsiders. Picussa (2023) explica que o termo, que remete a pessoas vistas como estranhas a determinado grupo, na Ciência Política descreve figuras sem experiência prévia ou vínculos com partidos tradicionais. Essas lideranças outsiders frequentemente adotam um discurso crítico em relação à classe política, conectando-se a correntes anti-establishment e populistas.

De acordo com Júlio Neto (2020), citado por Raposo Gomes (2024), os outsiders se apresentam como alternativas eleitorais, utilizando o antipoliticismo e se aproveitando da popularidade obtida nos meios de comunicação. Por outro lado, políticos tradicionais, ou insiders, são aqueles estabelecidos no sistema político. Picussa e Codatto (2022) definem insiders como aqueles que se destacam em partidos competitivos e contribuem para a manutenção do sistema, enquanto outsiders ganham notoriedade fora desses partidos, podendo ser independentes ou vinculados a novas lideranças. Assim, mesmo filiados a partidos pequenos, um político pode não ser considerado um insider.

## **5. Considerações Finais**

A análise dos discursos e estratégias de Pablo Marçal na campanha eleitoral de 2024 em São Paulo evidencia como sua comunicação antissistema não apenas desafiou as normas tradicionais da política brasileira, mas também reforçou a polarização e a retórica confrontativa. Ao se posicionar como um candidato "outsider", Marçal utilizou o Instagram como principal plataforma de interação, estruturando uma narrativa de autenticidade que atraiu eleitores insatisfeitos com a política convencional. No entanto, essa abordagem, marcada pela espetacularização e pelo embate direto com adversários, também contribuiu para a escalada do clima de tensão política. Assim como em outros movimentos populistas, a ênfase na guerra cultural e na oposição às elites ampliou divisões e alimentou um ambiente no qual a violência simbólica e, potencialmente, física, se torna um instrumento de mobilização e controle.

A análise das estratégias discursivas e políticas de Pablo Marçal evidencia a convergência de suas táticas com fenômenos populistas contemporâneos, especialmente no campo da extrema direita. Seu discurso, fortemente marcado por apelos midiáticos e pela construção de uma identidade carismática, mobiliza seguidores por meio da espetacularização e da manipulação emocional. A ênfase na guerra cultural e na polarização reforça um ambiente de tensão política, onde a violência simbólica e, potencialmente, física, se torna um instrumento de mobilização e controle.

Nesse contexto, a instrumentalização da imagem em detrimento da realidade, conforme apontado por Feuerbach, se revela uma característica central da comunicação populista. A criação de narrativas que promovem a ilusão de autoridade e onipotência não apenas consolidam lideranças carismáticas, mas também contribuem para a erosão do

diálogo democrático. A polarização extrema e a retórica confrontativa, ao minarem as bases institucionais, pavimentam caminhos que podem comprometer a estabilidade democrática, tornando mais tênue a fronteira entre o debate político e a violência.

## REFERÊNCIAS

AGGIO, C. de O. Internet, Eleições e Participação: Questões-chave acerca da participação e do ativismo nos estudos em campanhas Online. In: GOMES, W.; MAIA, R.; MARQUES, F. J. (Org.). **Internet e Participação Política no Brasil**. Porto Alegre: Sulina, p. 175-196.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2011.

BOURDIEU, P. **O Poder Simbólico**. Rio de Janeiro: Editora Bertrand Brasil, S.A., 1989.

GOMES, Wilson. **Transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004.

OLIVEIRA, L.A.; CHAVES, F.R.; FERNANDES, C.M.; RAPOSO GOMES, A. A disputa pelo governo de minas gerais nas eleições de 2022: análise das estratégias do candidato Alexandre Kalil (PSD) no HGPE. **Revista Sociedade & Política**, v.54, n.1, p.1-36, 2024.

PICUSSA, Roberta; CODATO, Adriano. *Outsiders na política: uma visão geral*. In: **Assembleia Legislativa do Estado do Paraná**. 2022.

RAPOSO GOMES, Arthur. **O Movimento de adesão ao establishment dos políticos mineiros**: uma análise das estratégias de comunicação e movimentações midiáticas de Romeu Zema (NOVO), Alexandre Kalil (PSD) e Carlos Viana (Podemos) nas eleições de 2022 e 2024. Qualificação de Doutorado, 150f. Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social (PPGCOM), Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), 2024.

V-DEM. *Relatório da Democracia*. 2024. Disponível em:  
[https://www.vdem.net/documents/49/v-dem\\_dr\\_2024\\_portuguese\\_lowres.pdf](https://www.vdem.net/documents/49/v-dem_dr_2024_portuguese_lowres.pdf). Acesso em: 17 mar.2025.

SCHWARTZENBERG, Roger-Gérard. **O Estado espetáculo**: ensaio sobre e contra o Star System em política. São Paulo: Círculo do Livro S.A., 1977.

TESSEROLI, Ricardo Germano; PANKE, Luciana. Da comunicação política ao *marketing* eleitoral: reflexões sobre estratégias e ferramentas de campanha. **Tríade: Comunicação, Cultura e Mídia**, Sorocaba, SP, v. 9, n. 21, p. 94–122, 2021.

VAN DIJCK, José; POELL, Thomas; DE WAAL, Martijn. **A plataforma sociedade**: mídia, poder e política conectados. São Paulo: Editora da Unesp, 2018.