

Além da comunicação: as mídias digitais como estrutura do fazer político contemporâneo

Vitória Santos¹
Valentina Fonseca da Luz²
Universidade Federal do Rio de Janeiro

Resumo: Este artigo analisa como o populismo digital reconfigura a ação política na era da plataformização. A partir de uma etnografia digital da campanha de Pablo Marçal, investigamos como algoritmos, economia da atenção e performatividade afetiva moldam novas formas de engajamento, autoridade e visibilidade política. Argumenta-se que a esfera pública contemporânea se estrutura por dinâmicas de viralização emocional, reduzindo o espaço deliberativo e consolidando práticas políticas baseadas na segmentação identitária, na reatividade e no consumo simbólico da política como espetáculo.

Palavras-chave: populismo digital; economia da atenção; algoritmos; política.

¹ Mestranda no Programa de Pós Graduação em Sociologia e Antropologia da Universidade Federal do Rio de Janeiro (PPGSA/UFRJ), bacharel e licenciada em Ciências Sociais (UNESP). Integrante do Laboratório de Estudos Digitais (LED).

² Doutoranda no Programa de Pós Graduação em Sociologia e Antropologia da Universidade Federal do Rio de Janeiro (PPGSA/UFRJ), mestre em Sociologia (UFRGS) e bacharel em Ciências Jurídicas e Sociais (UFRGS). Integrante do Laboratório de Estudos Digitais (LED) e do Grupo de Pesquisa Violência e Cidadania (GPVC).

Beyond communication: digital media as the structure of contemporary political action

Abstract: This article examines how digital populism reshapes political action in the platformed era. Through a digital ethnography of Pablo Marçal's campaign, we explore how algorithms, the attention economy, and affective performativity structure new modes of engagement, authority, and political visibility. We argue that the contemporary public sphere is organized by emotionally viral dynamics, weakening deliberate spaces and consolidating political practices driven by identity segmentation, emotional reactivity, and the symbolic consumption of politics as spectacle.

Keywords: digital populism; attention economy; algorithms; politics.

Más allá de la comunicación: los medios digitales como estructura de la acción política contemporánea

Resumen: Este artículo examina cómo el populismo digital reconfigura la acción política en la era de la plataformización. A partir de una etnografía digital de la campaña de Pablo Marçal, analizamos cómo los algoritmos, la economía de la atención y la performatividad afectiva estructuran nuevas formas de autoridad, visibilidad y compromiso político. Sostenemos que la esfera pública contemporánea se organiza por dinámicas de viralización emocional, debilitando los espacios deliberativos y consolidando prácticas políticas centradas en la segmentación identitaria y el consumo simbólico de la política como espectáculo.

Palabras clave: populismo digital; economía de la atención; algoritmos; política.

A articulação entre política e mídia constitui um elemento estrutural nas configurações do poder, manifestando-se de formas distintas a depender dos contextos históricos, dos regimes de visibilidade vigentes e das tecnologias de comunicação disponíveis em cada período. No cenário contemporâneo, essa interação passa por transformações significativas, impulsionadas pelo avanço das mídias digitais e pela consolidação das plataformas como infraestruturas centrais da vida pública. Essas plataformas, que, a princípio, apenas conectam atores políticos e sociedade, se mostram como forças potentes em influenciar os processos de deliberação, reconfiguram os regimes de visibilidade, reorganizam os modos de circulação de discurso e redefinem as dinâmicas de engajamento. A lógica algorítmica, a busca pela viralização e a economia da atenção se tornaram elementos estruturantes da comunicação política, determinando quais discursos circulam e como são amplificados no espaço público. Com isso, mecanismos tradicionais de participação são reconfiguradas, e novas formas de liderança emergem, alterando as regras da disputa política e estabelecendo um novo paradigma para a compreensão das relações de poder na era digital.

Nesse contexto, a política digitalizada se consolida como um fenômeno que vai além da simples mediação comunicativa. As interações políticas contemporâneas ocorrem em infraestruturas digitais que operam a partir de lógicas algorítmicas, promovem padrões específicos de viralização e organizam o engajamento com base na economia da atenção. A plataformização da vida social, marcada pelo protagonismo das redes digitais na organização das interações cotidianas, amplia a circulação de discursos, bem como redefine os processos decisórios e as estratégias de governança. Ao definirem ativamente os fluxos de informação, as plataformas digitais influenciam quem ganha visibilidade política e como os usuários formam suas próprias identidades. Compreender essa transição é importante para analisar as novas dinâmicas da disputa política e a emergência de modelos alternativos de participação e mobilização no ambiente digital.

Este artigo insere-se no campo da antropologia digital e busca contribuir para a compreensão das reconfigurações políticas promovidas pela digitalização das interações sociais. A abordagem parte da perspectiva de que as mídias digitais, além de refletir as dinâmicas políticas preexistentes, são agentes ativos na transformação das práticas políticas e na reorganização das relações de poder. Assim, ao invés de tratá-las como um meio neutro ou meramente instrumental, propõe-se investigá-las como um elemento estruturante da ação política contemporânea, capaz de influenciar a maneira como as pessoas constroem sua visão de mundo, participam do debate público e tomam decisões políticas. .

Para analisar o fenômeno do populismo digital, adotamos a etnografia digital como abordagem metodológica, entendida como a adaptação dos princípios da etnografia clássica aos ambientes virtuais, focando na observação sistemática de interações, práticas e performances políticas mediadas pelas plataformas digitais (FERREZ, 2019). A etnografia digital não se limita a colher conteúdo online, mas

busca compreender os sentidos atribuídos pelos atores às suas práticas, observando interações, formatos discursivos e dinâmicas de engajamento dentro do ecossistema da plataforma.

Neste estudo, a etnografia digital foi conduzida a partir de uma imersão prolongada no perfil oficial de Pablo Marçal no Instagram, entre junho de 2024 e março de 2025. A metodologia envolveu o acompanhamento cotidiano de suas publicações, *stories*³, interações com seguidores e conteúdos audiovisuais produzidos ao longo da campanha eleitoral, com atenção especial às performances emocionais, símbolos visuais e estratégias de engajamento. Essa observação foi precedida por uma etapa sistemática de análise de conteúdo, que coletou materiais produzidos entre junho de 2023 e junho de 2024 com base em eixos temáticos (gênero, religião, empreendedorismo e política), permitindo mapear a construção discursiva da autoridade simbólica do candidato. Ao articular imersão etnográfica e sistematização analítica, a pesquisa buscou capturar como a presença pública de Marçal é construída nas plataformas a partir da convergência entre carisma, estética emocional e algoritmos de visibilidade.

O campo empírico desta pesquisa, dessa forma, foi delimitado pelo perfil oficial de Pablo Marçal no Instagram, analisado intensivamente durante o período eleitoral de 2024. A escolha do Instagram se justifica por sua centralidade como plataforma de exposição pública e mobilização política na contemporaneidade, marcada pela predominância de conteúdos imagéticos e performáticos, moldados pelas dinâmicas da lógica algorítmica, da arquitetura interativa e da economia da atenção (CITTON, 2017; BENTES, 2020; ZUBOFF, 2019). Ainda que o foco principal da análise tenha sido o perfil no Instagram, a dinâmica do campo impôs o acompanhamento de conteúdos que extrapolaram essa plataforma e ganharam circulação viral em redes como TikTok, YouTube e Twitter. Esses conteúdos, muitas vezes compartilhados em formato de cortes curtos, intensamente editados e orientados por padrões de viralização, passaram a compor o repertório simbólico e performativo do candidato, sendo por isso incorporados à análise de forma complementar. No entanto, o Instagram permaneceu como eixo de observação principal, por sua função estruturante no ecossistema de exposição e comunicação política de Marçal.

Dessa forma, a presente investigação se ancora metodologicamente na etnografia digital (FERREZ, 2019), compreendendo o perfil de Marçal como um espaço de mediação sociotécnica onde se articulam dinâmicas de engajamento, construção de liderança carismática e circulação de narrativas políticas. A pesquisa parte do pressuposto de que essas práticas comunicacionais são configuradas pelas condições estruturais da própria plataforma – entre elas, o *design* algorítmico, a lógica de competição por atenção e a performatividade exigida para manutenção da relevância pública (HAN, 2018; MOROZOV, 2018).

É fundamental, contudo, apontar os limites deste estudo, que nascem da própria escolha metodológica. Pesquisar no ambiente digital impõe desafios importantes, relacionados à natureza do campo digital, marcado pela opacidade algorítmica e pela efemeridade dos conteúdos. A análise, embora sistemática, não está isenta de uma parcialidade inerente ao recorte, uma vez que a visibilidade dos conteúdos é condicionada pelos mesmos sistemas algorítmicos que se busca analisar. Além disso, a instabilidade do campo empírico, exemplificada pela suspensão judicial das contas de Pablo Marçal em agosto e outubro de 2024, resultou em uma coleta de dados necessariamente fragmentada. Embora a rápida criação

³ *Stories* são fotos ou vídeos curtos e temporários publicados na plataforma *Instagram*, visíveis por até 24 horas, que permitem interações com seguidores por meio de enquetes, perguntas, músicas e outros recursos visuais.

de novos perfis e a migração de seguidores tenham se tornado um relevante objeto de análise sobre a resiliência de sua persona digital e a retórica de perseguição, é possível que a descontinuidade tenha limitado o acesso a um arquivo integral de interações e estratégias comunicacionais de médio prazo. Essa fragmentação pode ter influenciado as interpretações, potencialmente conferindo maior peso analítico aos momentos de crise e confronto, em detrimento de aspectos mais rotineiros de sua comunicação. Sendo assim, esta pesquisa não pretende realizar uma análise totalizante da campanha, mas oferecer uma interpretação situada das dinâmicas de engajamento e performatividade.

O estudo se insere, assim, no cruzamento entre a sociologia política, a antropologia digital e os estudos sobre plataformas digitais, dialogando com autores que problematizam a plataformização da política (CESARINO, 2018; GERBAUDO, 2018), a centralidade dos afetos e da performatividade na dinâmica de engajamento (ILLOUZ, 2023; STANLEY, 2018), e a ascensão de modelos populistas mediados por tecnologias digitais. O caso de Pablo Marçal, aqui analisado como exemplar das novas direitas digitais, oferece um ponto de entrada privilegiado para observar as estratégias de viralização, mobilização emocional e construção de autoridade simbólica que caracterizam esse novo ecossistema político, amplamente estruturado por dinâmicas de visibilidade e engajamento algorítmico.

A transformação das mídias digitais e o fazer político

O papel das mídias na comunicação política tem sido historicamente central, influenciando tanto a formação da opinião pública quanto a estruturação do debate político. Longe de se limitar a meros veículos de transmissão de mensagens, os meios de comunicação atuam como agentes estruturantes que moldam percepções, sensibilidades sociais e formas de engajamento político. Nesse sentido, a compreensão da mídia como um elemento ativo na construção da realidade social encontra respaldo na concepção de McLuhan, segundo a qual "o meio é a mensagem", isto é, as características intrínsecas do meio de comunicação determinam os modos de apreensão e interpretação do mundo, independentemente do conteúdo que veiculam (MCLUHAN, 1964).

Na análise sobre a relação entre ser humano e televisão, McLuhan (1964) argumenta transcender a funcionalidade de transmitir informações, alterando a própria experiência humana. Suas imagens são 'gravadas' na sensibilidade pública e privada, o que resulta na internalização de novos padrões de percepção e cognição. Sua instantaneidade promove uma nova lógica comunicacional baseada na simultaneidade e na fusão entre espectador e mensagem, fenômeno que redefine os parâmetros da interação social e política (MCLUHAN, 1964). Essa perspectiva é reforçada por Baudrillard (1988), que destaca como a televisão transforma a superfície do corpo humano em um meio de comunicação, convertendo indivíduos em "telas de monitoria" e redefinindo a relação entre sujeito e mídia.

A reprodução técnica das imagens, impulsionada pelo desenvolvimento do cinema e da fotografia, reconfigurou significativamente as formas de percepção e compreensão do mundo, promovendo uma transformação na relação entre sujeito e realidade. Esse processo permitiu um acesso fragmentado e passível de manipulação às representações visuais, instaurando uma nova estética que, ao mesmo tempo em que amplia as possibilidades perceptivas, também pode induzir formas de alienação e distanciamento da experiência concreta (BENJAMIN,

1973). Essa dinâmica está em consonância com a análise de Kittler, que identifica na transição da escrita para as tecnologias mecânicas de armazenamento, como o gramofone e o cinema, uma mutação fundamental nas estruturas de poder, consolidando a mídia como um mecanismo central de controle e influência social (KITTLER, 1999).

A partir desse panorama, observa-se que os meios de comunicação tradicionais, ao longo do século XX, operaram como ferramentas fundamentais de construção de narrativas políticas e de influência sobre a opinião pública. Entretanto, com a digitalização da política, essa dinâmica foi profundamente alterada, resultando na emergência de novas formas de poder e governança mediadas pelas plataformas digitais.

A era digital promoveu transformações estruturais nos modos de comunicação, impactando diretamente a constituição da esfera pública e a formação das identidades políticas. O indivíduo, historicamente mediado por instâncias sociais intermediárias, como grupos e comunidades, sempre esteve inserido em uma totalidade social que conforma suas relações e percepções, de modo que "só surge nessa relação de uma autoconsciência com outra" (ADORNO e HORKHEIMER, 1969: 54). Com a ascensão das redes digitais, essa mediação tradicional foi gradualmente substituída por uma lógica algorítmica, na qual a conectividade, que apresenta a possibilidade de estabelecer vínculos entre os indivíduos, demonstra também seu outro dando, com a capacidade de categorizá-los e segmentá-los com base em padrões de engajamento e consumo de informação, redefinindo os processos de interação e construção da identidade política.

Nesse contexto, a digitalização da política, além de reorganizar as formas de sociabilidade, reconfigurou o espaço público e a dinâmica da participação política. Como analisa Han, as redes digitais intensificam processos de segmentação e polarização, ao conectar indivíduos em 'bolhas' (redes fechadas de significado) que reforçam crenças preexistentes e dificultam o diálogo entre diferentes perspectivas (HAN, 2018). Embora as plataformas digitais se apresentem como espaços horizontais de interação, elas operam sob lógicas mercadológicas que favorecem a retroalimentação algorítmica de discursos homogêneos, promovendo a construção de identidades políticas baseadas na afiliação a grupos e na rejeição sistemática de opositores (HAN, 2018). Dessa forma, a política passa a ser estruturada por dinâmicas de visibilidade e engajamento que redefinem a própria percepção do debate público e da democracia.

O populismo digital emerge nesse contexto como uma manifestação específica dessa nova configuração da esfera pública. A estratégia populista fundamenta-se na construção de dicotomias entre o "povo verdadeiro" e o "não povo" (TARCHI, 2015), mobilizando emoções como medo, ressentimento e indignação para consolidar sua base de apoio e deslegitimar adversários políticos (STANLEY, 2018). Essa lógica é amplificada pelas plataformas digitais, que operam sob a economia da atenção e favorecem conteúdos altamente emotivos e polarizantes (ILLOUZ, 2023).

Nesse cenário, a propaganda assume um importante papel, deixando de ser apenas um meio de comunicação para se tornar um mecanismo de mobilização emocional e controle narrativo. Como argumentam Adorno e Horkheimer (1985), em regimes autoritários, a propaganda passa a ser utilizada como uma forma de condicionar a percepção do público, estruturando um imaginário político que reforça a autoridade do líder e exclui dissidências. Essa dinâmica é intensificada na era digital, em que as plataformas sociais reconfiguram o espaço público ao subs-

tituir a mediação tradicional por uma comunicação direta e afetivamente carregada, favorecendo a viralização e a polarização do debate (HAN, 2018). Nesse contexto, líderes populistas utilizam as redes sociais para construir narrativas que, além de mobilizarem suas bases, também deslegitimam a mídia tradicional e contestam as instituições democráticas como intermediárias da informação política (GERBAUDO, 2018).

A transformação da lógica comunicacional impulsionada pelas plataformas digitais tem implicações profundas para a governança política, alterando a relação entre instituições tradicionais e a dinâmica algorítmica das redes sociais. O debate público e a legitimação política passam a depender cada vez mais das métricas de engajamento e da modulação algorítmica da visibilidade, deslocando parte do poder da intermediação institucional para os mecanismos de amplificação digital (CESARINO, 2018). Esse fenômeno altera significativamente a forma como os cidadãos se envolvem na política e redefine os próprios contornos da participação democrática, ao subordinar os processos políticos às dinâmicas de visibilidade e engajamento digital, estruturadas pela lógica algorítmica das plataformas (HAN, 2018; CESARINO, 2018). A esfera pública contemporânea, anteriormente concebida como um espaço de deliberação racional, passa a operar sob uma lógica fragmentada e altamente emocional, na qual a construção de consensos é substituída pela intensificação de conflitos e antagonismos, promovendo um ambiente político polarizado e permeado por discursos identitários e afetivos (ILLOUZ, 2023).

Nesse contexto, a política digitalizada assume um caráter cada vez mais personalizado e performático. Longe de se basear em propostas programáticas ou na mediação institucional, líderes populistas constroem narrativas que mobilizam emoções como medo, indignação e ressentimento, consolidando identidades políticas e justificando estratégias de exclusão e repressão (ILLOUZ, 2023; STANLEY, 2018). Esse deslocamento da política para um campo essencialmente emocional e altamente reativo fortalece a lógica populista de oposição entre "o povo" e seus inimigos, ao mesmo tempo em que legitima discursos que rejeitam a mediação jornalística e as instituições democráticas como instâncias legítimas de regulação da informação e do debate público (HAN, 2018).

A amplificação desse modelo comunicacional reforça a fragmentação da esfera pública em bolhas informacionais cada vez mais homogêneas e impermeáveis ao debate plural (PARISER, 2011). Isso porque a personalização dos fluxos informacionais por meio de algoritmos favorece a formação de comunidades digitais que reafirmam crenças preexistentes, tornando o espaço público menos permeável ao confronto de ideias e ao dissenso (HAN, 2018). Esse processo de polarização acelerada impõe desafios às democracias contemporâneas, pois compromete a construção de consensos políticos e mina as possibilidades de uma deliberação baseada na racionalidade e no diálogo (BROWN, 2019).

Além disso, a "desmediatização" promovida pelas plataformas digitais, redefine as formas de engajamento político e reconfigura as estruturas de poder dentro das democracias (CESARINO, 2018). A manipulação emocional e a propaganda política, anteriormente mediadas pelos meios de comunicação de massa, passam a ser conduzidas por sistemas algorítmicos que personalizam discursos políticos com base em perfis psicológicos e comportamentais (TUFEKCI, 2017). Esse cenário intensifica a tendência de instrumentalização política das redes digitais, reforçando assimetrias de poder e ampliando a capacidade de controle e influência sobre os eleitores (GERBAUDO, 2018).

Plataformização e Populismo Digital: reconfigurações na esfera pública

Ao longo deste artigo, adotamos o conceito de *populismo digital* como ferramenta analítica para compreender a reconfiguração da disputa política na era da plataformização. Essa categoria, difundida na literatura recente, descreve estratégias discursivas e práticas de engajamento adotadas sobretudo por atores da extrema direita no ambiente digital. Contudo, reconhecemos que a digitalização da política envolve transformações estruturais mais amplas, que desafiam os contornos conceituais do populismo como fenômeno político tradicional. Diversos autores têm se empenhado na busca de novas categorias para delinear o presente, como é o caso do teórico Yanis Varoufakis (2023), que propõe a noção de *tecnofeudalismo* para capturar o deslocamento das formas clássicas de mediação política e econômica, argumentando que as plataformas digitais operam como novas formas de soberania extrainstitucional.

Apesar dessas considerações, optamos por manter o populismo digital como ferramenta analítica da reconfiguração da disputa política no contexto plataformizado. Esse conceito permite compreender como a visibilidade e o engajamento emergem como fatores determinantes na construção da influência e da legitimidade política, evidenciando a centralidade dos algoritmos e das dinâmicas de plataformização na definição dos contornos da esfera pública contemporânea.

A plataformização da vida social representa uma transformação estrutural na organização das interações humanas. Longe de serem espaços neutros, as plataformas digitais operam como infraestruturas políticas capazes de moldar fluxos informacionais e condicionar comportamentos. Como afirma Zuboff (2019), as grandes empresas de tecnologia atuam sob uma lógica de vigilância e extração de dados que condiciona as interações individuais e reconfigura a atenção e a percepção dos usuários, modulando suas experiências e respostas emocionais. No campo político, essa lógica redefine os espaços de debate público e reconfigura as relações entre eleitores, mídia e lideranças políticas. Para Cesarino (2018), as plataformas digitais deixam de ser espaços de veiculação de conteúdo somente e passam a interferir na circulação e na hierarquização de discursos, por meio de mecanismos algorítmicos pouco transparentes e compreensíveis. Ao direcionar conteúdos e discursos segundo esses critérios, as plataformas favorecem dinâmicas de engajamento que intensificam a polarização e reformulam a própria estrutura da esfera pública.

A plataformização política está intrinsecamente ligada à economia da atenção, na qual a visibilidade se torna uma condição fundamental para a atuação política eficaz. Como argumenta Citton (2017), o controle da atenção, além de sua dimensão enquanto um recurso econômico, é também um mecanismo de poder, no qual a disputa pela visibilidade define quais narrativas circulam e quais são marginalizadas. No contexto político, isso significa que a participação passa a ser orientada por dinâmicas de engajamento que priorizam conteúdos altamente emocionais e polarizadores, uma vez que são esses que mais geram interações e maior alcance dentro dos sistemas algorítmicos das redes sociais (CESARINO, 2018). Esse fenômeno leva à ascensão do que se convencionou chamar de *populismo digital*, no qual líderes políticos constroem narrativas simplificadas e dicotômicas para mobilizar seus seguidores e consolidar identidades políticas baseadas na rejeição de inimigos comuns (STANLEY, 2018).

A forma como as plataformas digitais estruturam a participação política também reforça padrões de comunicação mais imediatistas, reduzindo a complexidade dos debates e favorecendo discursos simplificados e altamente emotivos (DAL LAGO, 2017). Como apontado por Cesarino (2022), o populismo digital no Brasil foi impulsionado por uma gramática política baseada na criação de antagonismos rígidos e na mobilização afetiva constante. Esse fenômeno se associa à dinâmica própria das redes sociais, nas quais a mediação jornalística tradicional é substituída por mecanismos de interação direta entre líderes e seguidores, favorecendo a construção de uma autoridade populista e a erosão da legitimidade institucional (CESARINO, 2019). Esse formato cria um ambiente propício à disseminação de discursos anti-institucionais e à deslegitimação sistemática de adversários políticos, um padrão observado no Brasil, como também em diversos contextos globais de ascensão do populismo digital (GERBAUDO, 2018).

Dessa forma, a digitalização da política, além de transformar os modos de participação social, consolida novas formas de controle e governança baseadas na lógica da plataformização. O deslocamento da mediação institucional para os sistemas algorítmicos das plataformas cria assimetrias de poder que favorecem determinados atores políticos e comprometem a equidade no acesso à informação (CESARINO, 2020). A crescente influência das plataformas sobre os processos democráticos evidencia a necessidade de novas abordagens teóricas e metodológicas para compreender os impactos da plataformização na política contemporânea. O ecossistema digital tem redefinido os espaços de participação cívica, promovendo tanto novas possibilidades de engajamento quanto desafios estruturais que comprometem a integridade do debate público e da deliberação democrática (BROWN, 2019). Em particular, a lógica algorítmica das plataformas condiciona os processos políticos, priorizando determinados discursos e atores em detrimento de outros (CESARINO, 2022), o que intensifica as desigualdades no acesso à informação e nas dinâmicas de visibilidade política.

No contexto da governança digital, a progressiva privatização dos espaços de debate público evidencia a concentração do controle discursivo por grandes corporações tecnológicas. A falta de transparência nos critérios de moderação de conteúdo e na lógica algorítmica que estrutura a distribuição de informações representa um desafio para a soberania informacional e o pluralismo democrático (MOROZOV, 2018). A moderação de conteúdo, por sua vez, frequentemente se orienta por diretrizes internas das plataformas, cujos princípios são opacos e nem sempre compatíveis com os valores democráticos de liberdade de expressão e direitos humanos, resultando em um cenário de controle informacional assimétrico e pouco accountability (MOROZOV, 2018).

Outro aspecto fundamental da plataformização da política é a instrumentalização da vigilância digital como mecanismo de extração massiva de dados e engenharia comportamental (ZUBOFF, 2019), permitindo a modelagem e influência das preferências eleitorais. A coleta massiva de dados por parte das plataformas digitais intensifica a lógica da vigilância e a mercantilização da política, permitindo que campanhas políticas se apropriem de infraestruturas privadas para segmentar eleitores e otimizar estratégias persuasivas (MOROZOV, 2018). Esse processo, exemplificado pelo escândalo da *Cambridge Analytica*⁴, evidencia como a coleta massiva de dados e a falta de transparência das plataformas digitais

⁴ GUIMÓN, Pablo. Cambridge Analytica, empresa pivô no escândalo do Facebook, é fechada. El País, Londres, 02 maio 2018. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2018/05/02/internacional/1525285885_691249.html. Acesso em: 09. fev. 2025

criam novas vulnerabilidades na democracia, permitindo o uso estratégico de informações para influenciar eleitores e aprofundar assimetrias informacionais (DEIBERT, 2019).

Diante desse cenário, a plataformização da esfera pública, impulsionada pela lógica algorítmica e pela concentração de poder informacional nas grandes corporações digitais, reconfigura profundamente os processos de construção da opinião pública e de mobilização política. O populismo digital, ao se apropriar dessas dinâmicas, intensifica a personalização do discurso, fragmenta o debate público e transforma as emoções em principal vetor de engajamento. Nesse novo ecossistema comunicacional, a arena democrática é tensionada por fluxos de desinformação, polarização e desinstitucionalização do espaço público, indicando que a disputa contemporânea pelo poder simbólico e político passa, cada vez mais, pela mediação algorítmica das plataformas digitais.

Subjetivação e mobilização na política digital

Até aqui, pudemos compreender que a política contemporânea se insere no ambiente digital, mas dá um passo à frente (ou atrás), sendo reconfigurada estruturalmente pelas dinâmicas tecnológicas que moldam a participação, o engajamento e a construção das identidades políticas. O espaço público, historicamente mediado por instituições tradicionais (como partidos e veículos de imprensa), tem sido progressivamente substituído por um ecossistema sociotécnico em que a relevância política não decorre mais diretamente do discurso, e sim da capacidade de se tornar visível e engajar-se segundo os critérios de viralidade impostos pelas plataformas.

Esse processo não se dá de forma homogênea ou neutra: a fragmentação dos intermediários institucionais favorece uma segmentação afetiva da política, em que identidades coletivas se constroem mais em oposição e pertencimento do que em torno de programas políticos (AMSELLE, 2018). Como apontam Ferraz e Saint Clair (2019), o digital intensifica mecanismos de contágio social que moldam crenças, afetos e comportamentos através da repetição massiva. Figuras públicas emergentes e influenciadores digitais ocupam esse vácuo institucional, reorganizando o engajamento político em torno de vínculos emocionais e identitários frágeis, porém intensos.

Esse deslocamento ocorre paralelamente ao processo de “eticização da política”, no qual a estruturação da disputa política migra de um paradigma classista para um modelo baseado na gramática identitária (AMSELLE, 2018). Esse fenômeno é potencializado pela ascensão das redes digitais, que amplificam e aceleram a reorganização das formas de pertencimento político. A lógica da visibilidade algorítmica favorece conteúdos polarizantes, intensificando a segmentação dos discursos e consolidando comunidades políticas que se reafirmam na rejeição sistemática de grupos percebidos como adversários (AMSELLE, 2018). O contágio social digital não opera apenas na difusão de conteúdos discursivos, mas atua no nível das emoções, reforçando antagonismos e ampliando as fronteiras identitárias na arena política (FERRAZ & SAINT CLAIR, 2019). Dessa maneira, o digital redefine os mecanismos de legitimação discursiva, tornando a disputa política mais dependente da lógica da visibilidade e do engajamento do que da articulação programática (AMSELLE, 2018).

Essa reconfiguração da esfera pública digital, além de transformar as dinâmicas de mobilização coletiva, impacta a constituição do próprio sujeito político.

A capacidade de capturar a atenção dentro dos fluxos algorítmicos torna-se determinante para definir quais discursos ganham força e quais são marginalizados, consolidando um novo regime de subjetivação e mobilização política (FERRAZ & SAINT CLAIR, 2019).

Nesse contexto, a candidatura de Pablo Marçal à prefeitura de São Paulo, em 2024, exemplifica como essas dinâmicas são operacionalizadas por lideranças populistas digitais. Inicialmente tratado como um "meme eleitoral", Marçal rapidamente se consolidou como um ator relevante no cenário político, apropriando-se de elementos discursivos e estéticos típicos de líderes populistas da extrema-direita global, como Donald Trump, Matteo Salvini e Jair Bolsonaro.

Antes de ingressar formalmente na disputa eleitoral, Pablo Marçal, nascido em Goiânia, com 37 anos, já acumulava uma presença expressiva nas redes sociais como influenciador digital, coach motivacional (termo que abandonou em favor de "mentor") e empreendedor. Apresentando-se como cristão e "multi-emprendedor de sucesso", Marçal afirma atuar como CVO (*Chief Visionary Officer*) de um conglomerado multibilionário que, segundo sua assessoria, abrange 19 setores de atuação (incluindo imobiliário, digital, educacional, seguros, automotivo, aviação, tecnologia e hotelaria) formando um dos maiores ecossistemas empresariais da América Latina. Sua projeção pública foi construída a partir de uma narrativa centrada no autoconhecimento, na fé cristã e no discurso da superação pessoal, cultivada por meio de vídeos, mentorias online, cursos de empreendedorismo e *marketing* digital, e eventos de grande apelo emocional, nos quais divulga o "Método IP", um treinamento de inteligência emocional baseado em Programação Neurolinguística (PNL) (UNZELTE, 2024). Com um estilo carismático de se comunicar, marcado por frases de efeito, gestos simbólicos e performances afetivas, Marçal consolidou uma base de seguidores fiéis (composta, em grande parte, por jovens, evangélicos e trabalhadores precarizados), que o enxergam como um modelo de sucesso e autenticidade.

Sua capacidade de mobilizar afetos, explorar as lógicas algorítmicas das plataformas e traduzir demandas difusas em conteúdos viralizáveis tornou-se uma de suas principais estratégias de engajamento, revelando um domínio refinado do ecossistema digital contemporâneo. É esse repertório prévio que permite compreender como sua entrada na corrida eleitoral se deu de forma tão repentina quanto eficaz, reposicionando-o de *coach* a candidato em poucos meses.

Sua abordagem incorpora traços da *alt-right* – caracterizada por valores ultraconservadores, defesa do nacionalismo e masculinidade tradicional (BOUBETA, QUIZÁN e IGLESIAS, 2024) – ao mesmo tempo que é fortemente influenciada pela cultura do *coaching* – enfatizando a busca pela riqueza e pelo sucesso pessoal como méritos individuais, explorando a lógica neoliberal do empreendedorismo (SAFATLE, SILVA JUNIOR e DUNKER, 2021). Sua estética e construção narrativa evocam símbolos do "Brasil profundo" (PINHEIRO-MACHADO, 2016), ou seja, daquilo que é enraizado no país como parte do acumulado cultural que forma a identidade de grande parte de brasileiros e brasileiras – signos como o agronegócio, a masculinidade tradicional e o evangelismo. Todos esses elementos são combinados com estratégias próprias da economia da atenção e com o uso eficaz de uma linguagem simplificada e emotiva nas redes sociais, garantindo alto engajamento e identificação com seu público.

Esse engajamento demonstrou-se eficaz nas eleições municipais de 2024: em junho, Marçal já aparecia com 10,4% das intenções de voto, segundo dados divulgados pela Porto (2024). Em outubro, nas eleições para a prefeitura de São Paulo, ele quase alcançou o segundo turno, ficando a menos de 100 mil votos do segundo

colocado. Esse feito inédito na história política da cidade evidencia sua capacidade de mobilizar eleitores em um curto espaço de tempo, utilizando-se de discursos populistas e estratégias digitais eficazes para consolidar sua posição como líder político relevante.

Para compreender de forma mais precisa a dinâmica de comunicação de Pablo Marçal durante o processo eleitoral, é necessário contextualizar o campo empírico que será analisado. Esta pesquisa não se propõe a realizar uma análise abrangente de sua campanha eleitoral enquanto conjunto, mas sim a desenvolver uma etnografia digital centrada em seu uso das redes sociais, particularmente do Instagram, como principal meio de mobilização, construção identitária e engajamento afetivo com seus seguidores.

O principal objeto de observação foi o perfil @pablomarcal1 no Instagram, que Marçal passou a utilizar após um episódio de suspensão de suas redes sociais durante o processo eleitoral. Em agosto de 2024, suas contas oficiais foram derrubadas por decisão judicial, levando-o a criar perfis alternativos para manter a comunicação com sua base (SOUZA, 2024). Em outubro, após nova suspensão, Marçal criou rapidamente um terceiro perfil, demonstrando agilidade e capacidade de reorganização de sua presença digital: em apenas duas horas, sua nova conta atingiu 800 mil seguidores (UOL, 2024). O episódio foi tratado como um símbolo de resistência à censura e usado estrategicamente para reforçar sua narrativa de outsider perseguido pelas instituições, elemento típico da retórica populista.

Além do perfil principal, também foi acompanhado o perfil @pablomarcalporssp, criado especificamente para a candidatura à prefeitura de São Paulo. Este perfil foi utilizado para ações de comunicação mais diretamente ligadas à campanha, com postagens sobre propostas, agendas públicas e chamadas à mobilização dos apoiadores.

A necessidade de criar novas contas e a rápida adesão dos seguidores evidenciam aspectos centrais da comunicação populista contemporânea: a centralidade da figura do líder em detrimento das plataformas institucionais, a capacidade de mobilização emocional diante da crise e a lógica da viralização como mecanismo de resistência e fortalecimento simbólico. A construção de uma narrativa de perseguição digital reforçou ainda mais o vínculo afetivo com seus apoiadores, reafirmando a ideia de que o líder está em constante luta contra forças poderosas que tentam silenciá-lo.

Nesse sentido, o campo etnográfico se caracteriza pela observação participante da dinâmica de (re)construção da presença digital de Marçal, prestando atenção à estética dos *posts*, às estratégias de engajamento, à frequência das publicações e aos tipos de interação promovidos com os seguidores. Esta abordagem permite compreender os conteúdos veiculados e, em extensão, a maneira como a identidade política de Marçal é performativamente construída nas redes sociais, em consonância com as lógicas da comunicação afetiva, da economia da atenção e da cultura digital contemporânea.

Ao situar a estratégia de Pablo Marçal em um panorama mais amplo, o diálogo com outros líderes populistas digitais, como Donald Trump e Jair Bolsonaro, torna-se relevante. Marçal compartilha com os demais um manual de táticas que envolvem a comunicação direta com a base para contornar a mídia tradicional, a construção de uma narrativa de *outsider* anti-institucional e a mobilização de afetos como indignação e ressentimento para solidificar o apoio. A singularidade de Pablo Marçal, contudo, está em sua capacidade de hibridizar essa fórmula. Diferentemente do nacionalismo conservador de Trump ou da retórica militarizada

de Bolsonaro, ele ancora seu populismo na lógica neoliberal do empreendedorismo e do *coaching*. Sua promessa não é apenas de ordem política, mas de sucesso e prosperidade individual, transformando a adesão política em um projeto de autoajuda. Essa fusão, que articula a performance de um líder antissistema com a de um mentor de desenvolvimento pessoal, exemplifica o que Cesarino (2022) descreve como um "englobamento do contrário". Dessa forma, Marçal adapta modelo global de populismo digital e o refina para a cultura da performance e da auto-otimização que prospera na economia da atenção contemporânea, revelando uma nova faceta do fenômeno no contexto brasileiro.

Compreender essa construção performática exige considerar as dinâmicas próprias da economia da atenção, que impõe à comunicação política a necessidade de ser "consumível", facilmente replicável e visualmente impactante para circular com eficácia nas plataformas digitais. Como apontam Omena, Rosa e Baldi (2020), a interconexão sociotécnica estabelecida pelas plataformas digitais, enquanto redefine a circulação da informação, molda os comportamentos e predisposições dos usuários, transformando interações políticas em dinâmicas de engajamento altamente performáticas e otimizadas para o consumo algorítmico. A forma como Pablo Marçal organiza seu *feed* com vídeos motivacionais, de grande incentivo à busca pelo lucro e satisfação pessoal, (imagem 1) demonstra essa transição: sua identidade política convive com sua persona de *coach*, estabelecendo um vínculo entre engajamento digital, identidade e mobilização política:

Imagem 1 – Feed de notícias de Pablo Marçal durante as eleições, com publicações sobre a campanha política ao lado de publicações de natureza do *coaching* e empreendedorismo. Fonte: Elaborado pelas autoras.



Essa dupla manifestação, que muitos analisam como contraditória, é compreendida neste trabalho como um movimento estratégico de *englobamento do contrário*, categoria mobilizada por Cesarino (2022). Mais do que uma simples incoerência, essa tática funciona como um mecanismo que absorve e neutraliza críticas, ao permitir que extremos opostos sejam manifestados pela mesma pessoa/ideia. Qualquer acusação relacionada à sua classe social é rebatida por uma performance como 'homem do povo', que utiliza linguagem simplificada e evoca símbolos do 'Brasil profundo' (PINHEIRO-MACHADO, 2016). Inversamente, questionamentos sobre sua falta de preparo político são invalidados por sua imagem de gestor competente, que promete aplicar a lógica do sucesso individual na

administração pública. Dessa forma, a aparente contradição revela uma estratégia que blinda o candidato e, ao mesmo tempo, amplia seu apelo a diferentes segmentos do eleitorado. O sucesso desse modelo demonstra que a subjetivação política no digital não ocorre tão somente por meio da adesão a ideias, mas, principalmente e em consequência, pela incorporação de estilos de vida, estéticas e narrativas que operam no nível da influência e do carisma.

A economia da atenção (BENTES, 2022), desempenha um papel central na reorganização das interações sociais e políticas na contemporaneidade. A atenção tornou-se um recurso escasso e valioso, disputado incessantemente pelas plataformas digitais, que desenvolvem estratégias sofisticadas para capturar, reter e direcionar a atenção dos usuários (BENTES, 2020). O modelo econômico das *Big Techs* não se limita à coleta e comercialização de dados, mas opera sobre o comportamento dos indivíduos em tempo real, moldando identidades e práticas sociais por meio da vigilância contínua e do estímulo ao engajamento (BENTES, 2020; ZUBOFF, 2019). Nesse contexto, a política é moldada pelas mesmas estruturas que regulam o consumo digital, submetendo-se a lógicas de atratividade, retenção e reatividade emocional. O engajamento político não é mais apenas uma escolha consciente do eleitorado, mas uma resposta condicionada por arquiteturas algorítmicas que priorizam conteúdos de alto impacto emocional e fácil assimilação (BENTES, 2020).

Esse fenômeno se torna particularmente evidente na utilização de formatos audiovisuais curtos e segmentados em cortes rápidos, que maximizam a capacidade de retenção da atenção e ampliam o alcance das mensagens políticas. A publicação massiva desses vídeos tem demonstrado ser uma estratégia altamente eficaz na consolidação de visibilidade e engajamento digital. Imagens 2 e 3 ilustram esse processo, evidenciando como a intensa circulação desses conteúdos contribuiu diretamente para a amplificação da presença digital de Pablo Marçal e, conseqüentemente, para a materialização desse engajamento no desempenho eleitoral registrado posteriormente nas urnas.

Imagem 2 – Feed publicações de Pablo Marçal durante eleições, com vídeos que atingiam (e atingem) a marca de milhares e, muitas vezes, milhões de visualizações e compartilhamentos. Fonte: Elaborado pelas autoras.

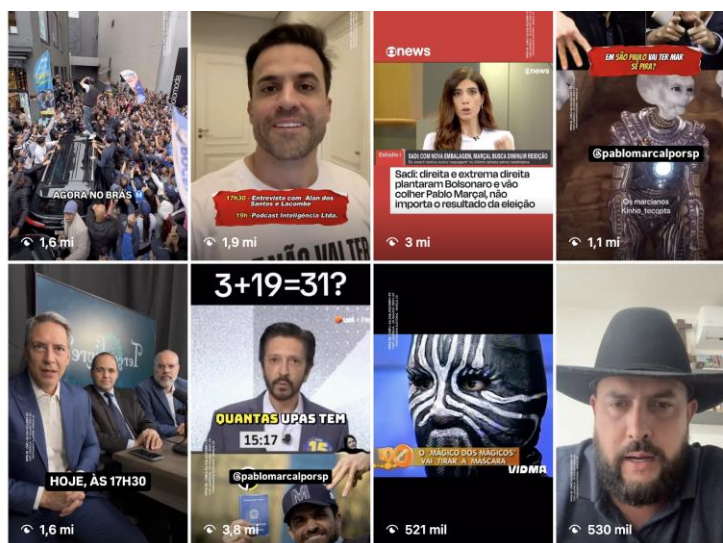


Imagem 3 – Um dentre milhares de vídeos que mostram comportamentos de Marçal durante as eleições que se tornaram virais nas redes sociais. Fonte: Elaborado pelas autoras.



Os usuários, nesse novo ecossistema, tornam-se agentes ativos na disseminação de narrativas. No entanto, essa produção de conteúdo ocorre dentro de um modelo de vigilância algorítmica, no qual a viralização e a replicabilidade são priorizadas em detrimento da profundidade ou do debate qualificado (BENTES, 2020). Como resultado, a própria concepção de comunidade política se altera, deslocando-se de um espaço de deliberação racional para um ambiente de reatividade constante, onde a performance de pertencimento se sobrepõe ao conteúdo das mensagens (HAN, 2018; MOROZOV, 2018). A visibilidade digital torna-se, assim, o principal critério de validação política, redefinindo os modos como autoridade e influência são estabelecidas no ambiente digital.

O uso de *emoji pops* nos comentários das publicações de Pablo Marçal (imagens 4 e 5), também ilustra como a subjetivação política contemporânea se manifesta menos pela disputa argumentativa e mais por signos rápidos de pertencimento e reafirmação identitária.

Imagem 4 – Comentários realizados em uma das fotos publicadas por Pablo Marçal. Fonte: Elaborado pelas autoras.

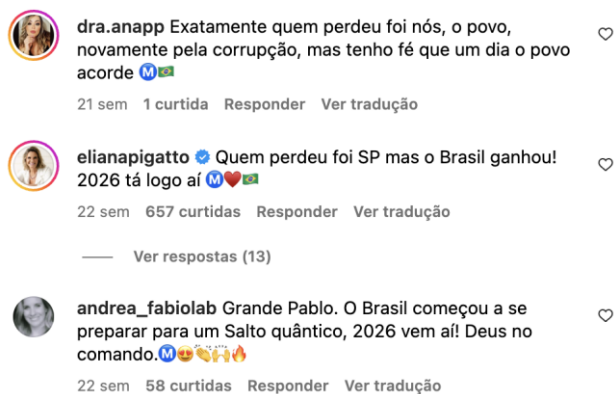


Imagem 5 – Comentários realizados em uma das fotos publicadas por Pablo Marçal. Fonte: Elaborado pelas autoras.



Esse fenômeno se insere no que Giuseppe Antonelli denomina de *emologismo*, um mecanismo de comunicação que, ao invés de recorrer à argumentação racional, estrutura a interação política por meio de símbolos emocionais simples e de fácil assimilação. Como demonstrado nas publicações de Marçal (e de tantos outros líderes políticos), os *emojis* operam como marcadores políticos desprovidos de conteúdo discursivo aprofundado, mas altamente eficazes na transmissão de ideias de forma prática e afetiva. Dessa maneira, a simplificação discursiva (ANTONELLI, 2017) permite que a política seja traduzida em reações instantâneas, consolidando um modelo de participação no qual o ato de "curtir", comentar com símbolos e compartilhar se sobrepõe ao debate e à deliberação crítica. Esse esvaziamento do conteúdo discursivo não reduz a intensidade do engajamento, mas altera sua natureza, reforçando seu potencial emocional, binário e reativo (ANTONELLI, 2017).

A análise desenvolvida até aqui evidencia que o caso de Pablo Marçal não pode ser compreendido como um fenômeno isolado ou anômico, mas deve ser situado como manifestação exemplar de dinâmicas políticas mais amplas, emergentes no contexto da plataforma da vida pública. Sua trajetória eleitoral ilustra de maneira incisiva como as redes digitais vêm reconfigurando os modos de produção da autoridade, da mobilização e da identidade política, instaurando lógicas de visibilidade que privilegiam a performatividade, a estética emocional e a viralização em detrimento dos mecanismos tradicionais de mediação institucional e do debate programático. A comunicação política contemporânea, ancorada na lógica da economia da atenção e moldada pela arquitetura algorítmica das plataformas, reorganiza práticas de engajamento político ao articular consumo cultural, produção de afetos e processos de identificação coletiva em uma mesma dinâmica comunicacional.

É importante destacar, contudo, que este estudo constitui apenas um recorte inicial de uma investigação etnográfica mais extensa, que envolve o acompanhamento sistemático dos conteúdos, interações e estratégias comunicacionais associadas à candidatura de Pablo Marçal, bem como de suas reverberações no ecossistema político digital. As análises em curso visam aprofundar a compreensão dos sentidos sociopolíticos atribuídos a essa candidatura, situando-a no processo mais amplo de transformação da esfera pública e das práticas de participação política contemporânea. Em especial, busca-se examinar como essas novas formas de identidade política, produzidas e disseminadas pelas plataformas digitais, remodelam as modalidades de engajamento cívico, reconfiguram os vínculos de pertencimento e desafiam os modelos tradicionais de deliberação democrática.

Considerações finais

Este trabalho partiu da premissa de que as mídias digitais são mais do que ferramentas: elas são a própria infraestrutura que reconfigura a política. Ao analisar a campanha de Pablo Marçal, buscamos demonstrar como a plataforma atua na constituição da autoridade, das identidades e da mobilização social como um todo. Com base na etnografia digital da presença de Pablo Marçal no Instagram durante o ciclo eleitoral de 2024, analisamos como as dinâmicas de visibilidade, viralização e performatividade moldam os modos de engajamento político no ambiente digital.

Entre os principais achados, destacamos que o populismo digital não pode ser entendido exclusivamente como uma nova estratégia retórica ou discursiva, mas como um regime de organização da ação política, em que a autoridade se

constitui pela adaptação performática às lógicas algorítmicas. Nesse contexto, a construção de lideranças populistas não depende mais da intermediação institucional tradicional, mas da capacidade de operar no interior da economia da atenção, utilizando códigos afetivos, linguagem simplificada e marcadores visuais de pertencimento. A figura de Marçal exemplifica esse deslocamento: sua persona híbrida, que transita entre o coaching, o empreendedorismo e a política, revela como identidades políticas contemporâneas são modeladas por estilos de vida e estéticas pessoais, mais do que por programas ideológicos consolidados.

As plataformas digitais, ao organizarem os fluxos de informação e condicionarem os modos de engajamento, tornam-se agentes ativos de subjetivação política. A política, nesse novo ecossistema, é menos o espaço do convencimento argumentativo e mais o da reatividade emocional e da performance identitária. Emoções como ressentimento, indignação ou admiração passam a ocupar o centro da cena política, orientando práticas de pertencimento e exclusão. Como vimos, esse processo está intrinsecamente ligado à lógica da visibilidade algorítmica, que privilegia conteúdos polarizadores e reduz a política à sua dimensão mais espetacular e consumível. A simplificação discursiva, intensificada pelo uso de emologismos e signos de engajamento instantâneo, opera como mecanismo eficaz de mobilização, mas também de esvaziamento da esfera pública deliberativa.

Do ponto de vista teórico, o artigo contribui para os debates sobre a plataformação da política ao evidenciar que não se trata apenas de uma mudança nas formas de mediação, mas de uma reorganização profunda das relações entre poder, técnica e subjetividade eleitoral. A intersecção entre algoritmos, atenção e performatividade nos obriga a repensar categorias clássicas da teoria política – como esfera pública, autoridade ou representação – à luz das dinâmicas digitais. O conceito de populismo digital, ainda que útil, deve ser tensionado por análises que levem em conta a infraestrutura das mídias, seu papel na modulação afetiva e na governança informacional.

Em termos metodológicos, os achados sugerem a importância de abordagens etnográficas e qualitativas para a compreensão das interações entre sujeitos, plataformas e discursos. A política, como vimos, é cada vez mais vivida no plano microssocial das interações cotidianas, nos comentários, nos vídeos curtos, nos gestos e símbolos partilhados. Compreender essa dimensão exige mapear estratégias discursivas e observar os modos como os sujeitos incorporam e performam essas estratégias em sua experiência digital cotidiana.

Por fim, os dados aqui apresentados, ao problematizar a promessa democratizante das redes digitais, alertam para a necessidade de repensar os modelos normativos de participação política frente aos desafios da plataformação. Em um ambiente marcado pela opacidade algorítmica, pela privatização dos espaços públicos de debate e pela captura contínua da atenção, resta saber até que ponto ainda é possível produzir novas formas de regulação, resistência e reinvenção democrática.

*Recebido em 30 de abril de 2025.
Aprovado em 30 de agosto de 2025.*

Referências

- ANTONELLI, Giuseppe. *Volgare eloquenza. Come le parole hanno paralizzato la politica*. Bari-Roma: Editori Laterzi, 2017.
- ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. *Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1985.
- ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. *La sociedad. Lecciones de sociología*. Buenos Aires: Editorial Proteo, 1969.
- BAUDRILLARD, Jean. *The Ecstasy of Communication*. New York: Semiotext(e), 1988.
- BENJAMIN, Walter. *Illuminations*. London: Fontana, 1973.
- BOUBETA, Miguel Anxo Bastos; QUINZÁN, Serafin González; IGLESIAS, Gemma Vicente. As raízes ideológicas da Alt-Right Americana. *Revista Brasileira de Estudos Políticos*, 129: 17-62. 2024.
- CESARINO, Leticia. Identidade e representação no bolsonarismo: corpo digital do rei, bivalência conservadorismo-neoliberalismo e pessoa fractal. *Revista de Antropologia*, 62 (3): 530-57, 2019.
- CESARINO, Leticia. How social media affords populist politics: remarks on liminality based on the Brazilian case. *Trabalhos em Linguística Aplicada*, 59 (1): 404-27, 2020.
- CESARINO, Leticia. *O mundo do avesso: Verdade e política na era digital*. São Paulo: Ubu Editora, 2022.
- CITTON, Yves. *The Ecology of Attention*. Cambridge: Polity Press, 2017.
- PORTO, Douglas. Boulos tem 37,2%; Nunes, 20,5%; Marçal, 10,4%; e Tabata, 9,9%, diz Atlas/CNN para Prefeitura de SP. *CNN Brasil*, 28 maio 2024.
- DAL LAGO, Alessandro. *Populismo digitale. La crisi, la rete e la nuova destra*. Milano: Raffaello Cortina Editore, 2017.
- DEIBERT, Ronald J. *Reset: Reconquistando a Internet para a Sociedade Civil*. Toronto: House of Anansi Press, 2019.
- FERRAZ, Maria C. F.; SAINT CLAIR, Ericson S. Por uma genealogia do ódio online. *Revista Pauta Geral - Estudos em Jornalismo*, 13 (1): 133-47, 2019.
- FERREZ, Claudia Pereira. A etnografia digital e os fundamentos da Antropologia para estudos em redes on-line. *Aurora: revista de arte, mídia e política*, 12 (35): 46-69, 2019.
- HAN, Byung-Chul. *No Exame: Perspectivas do Digital*. Petrópolis: Editora Vozes, 2018.
- ILLOUZ, Eva. *The emotional life of populism: how fear, disgust, resentment, and love undermine democracy*. Cambridge: Polity Press, 2023.
- McLUHAN, Marshall. *Understanding media: the extensions of man*. New York: Signet, 1964.
- MOROZOV, Evgeny. *Big Tech: a ascensão dos dados e a morte da política*. São Paulo: Ubu Editora, 2018.

SOUZA, Matheus de. Após ter redes sociais suspensas, Marçal cria “contas reservas” para seguidores. *O Globo*, São Paulo, 24 ago. 2024.

OMENA, Janna Joceli; ROSA, Jorge Martins; BALDI, Vania. “Atravessando a economia da atenção e dos likes: a política das plataformas digitais”. In: *Cibercultura: Circum-Navegações em Redes Transculturais de Conhecimento, Arquivos e Pensamento*. Minho: LASICS, 2020. pp. 268-277.

PARISER, Eli. *The filter bubble: what the internet is hiding from you*. New York: Penguin Press, 2011.

PINHEIRO-MACHADO, Rosana. Luzes antropológicas ao obscurantismo: uma agenda de pesquisa sobre o “Brasil profundo” em tempos de crise. *Revista de @ntropologia da UFSCar*, 8 (2): 21-28, 2016.

SAFATLE, Vladimir; SILVA JUNIOR, Nelson da; DUNKER, Christian. *Neoliberalismo como gestão do sofrimento psíquico*. 1. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2021.

STANLEY, Jason. *How fascism works: the politics of us and them*. New York: Random House, 2018.

TUFEKCI, Zeynep. *Twitter and tear gas: the power and fragility of networked protest*. New Haven: Yale University Press, 2017.

UNZELTE, Carolina. Ex-coach, influenciador e “azarão”: quem é Pablo Marçal, candidato à Prefeitura de São Paulo. *Jota*, 16 ago. 2024, atualizado em 26 set. 2024.

UOL. Em apenas duas horas, nova conta de Marçal no Instagram atinge 800 mil seguidores. *Blog UOL Notícias*, 5 out. 2024.

VAROUFAKIS, Yanis. *Tecnofeudalismo: El sigiloso sucesor del capitalismo*. Barcelona: Deusto, 2024.

ZUBOFF, Shoshana. *The age of surveillance capitalism: the fight for a human future at the new frontier of power*. New York: PublicAffairs, 2019.

VOLUME 13
NÚMERO 32
(MAIO/AGO. 2026)

ACENO

REVISTA DE ANTROPOLOGIA DO CENTRO-OESTE
ISSN: 2358-5587

CHAMADA DE ARTIGOS

DOSSIÊ TEMÁTICO:

MASCULINIDADES, CURSO DE VIDA E CUIDADO

PRAZO FINAL
DE SUBMISSÃO:
30 DE MARÇO
DE 2026

COORDENADORXS:

DR. ESMAEL ALVES DE OLIVEIRA (UFGD)

DR. MARCOS NASCIMENTO (FIOCRUZ)

DR. CAMILO BRAZ (UFG)

32

Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social - Universidade Federal de Mato Grosso

VOLUME 13
NÚMERO 33
(SET./DEZ. 2026)

ACENO

REVISTA DE ANTROPOLOGIA DO CENTRO-OESTE
ISSN: 2358-5587

CHAMADA DE ARTIGOS

DOSSIÊ TEMÁTICO:

ÉTNOGRAFIA, ESCRITA DE SI E ESCRITA ENTRE OS SEUS: EXPERIMENTAÇÕES, DESAFIOS E POTENCIALIDADES

PRAZO FINAL
DE SUBMISSÃO:
30 DE JULHO
DE 2026

COORDENADORXS:

DR. DR. LEANDRO DE OLIVEIRA (UFMG)

DR. DR. FELIPE TUXÁ SOTTO MAIOR CRUZ (UFBA)

33

Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social - Universidade Federal de Mato Grosso