

UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA

MATHEUS AUGUSTO MENDES MOTTA

**POTENCIALIDADES E DESAFIOS DAS NOVAS PLATAFORMAS DIGITAIS PARA
A MÍDIA RADICAL**

Viçosa — Minas Gerais
Curso de Comunicação Social — Jornalismo
2023

MATHEUS AUGUSTO MENDES MOTTA

**POTENCIALIDADES E DESAFIOS DAS NOVAS PLATAFORMAS DIGITAIS PARA
A MÍDIA RADICAL**

**Monografia apresentada ao Curso de
Comunicação Social — Jornalismo da
Universidade Federal de Viçosa, como requisito
parcial para obtenção do título de Bacharel em
Jornalismo.**

Orientador: Prof. Dr. Henrique Moreira Mazetti

VIÇOSA

2023

AGRADECIMENTOS

A jornada da graduação foi permeada por desafios significativos, moldando-me de maneiras que jamais poderia ter antecipado. É com profunda gratidão que expresso meus agradecimentos àqueles que desempenharam papéis fundamentais ao longo desse percurso desafiador.

Em primeiro plano, quero dedicar minha sincera gratidão aos membros da minha família, verdadeiros pilares que sustentaram e encorajaram minha jornada ao longo dos anos. Agradeço de coração à minha mãe, Dilce, ao meu pai, Marcos, ao meu irmão, Filipe, à minha irmã Cecília, além dos adoráveis cachorros Nina, Miúcha e Valentin.

À Maria Vitória, minha companheira, expresso minha mais profunda gratidão por trazer serenidade, alegria e uma leveza tão necessária para que eu pudesse concluir este ciclo. Não posso deixar de mencionar a querida Eva, sua gata, que proporcionou inúmeros momentos de entretenimento durante todo o processo de escrita.

Um agradecimento especial se estende aos companheiros de luta do Centro Acadêmico Rodolfo Walsh, ENECOS e Olho de Peixe, cuja dedicação pela democratização da comunicação e pela qualidade na formação dos comunicadores, bem como na luta contra as opressões, serviram como inspiração constante. Estou certo de que essas contribuições moldaram significativamente o comunicador que me tornei.

Aos comunistas do PCB-RR e UJC, aqueles que dedicam suas vidas à construção da revolução brasileira, erguendo o marxismo como uma poderosa arma, expresso minha imensa gratidão por mostrarem que nossa luta é coletiva e por fortalecerem em mim a determinação de seguir adiante.

Ao Cineclube Carcará, meu profundo agradecimento pela inspiração e pelo despertar do meu interesse pelos estudos de estética, cinema e audiovisual.

Agradeço de coração aos amigos Guilherme Albuquerque e Hugo Caldeira, meus colegas de moradia e de uma longa jornada. Meus agradecimentos também se estendem aos antigos amigos Lucas Lacerda, Luiz Gustavo, Luiz Fernando, Mateus Rodrigues e Luana Gomes, a quem guardo carinho e admiração desde os dias no Coluni.

Não posso deixar de registrar meus agradecimentos aos ilustres mestres que contribuíram de maneira significativa para minha formação acadêmica, com destaque para meu orientador, Henrique Mazetti. Agradeço sinceramente por sua paciência, compreensão e

cuidado ao longo do acompanhamento do processo de elaboração e escrita deste projeto. O aprendizado proporcionado é verdadeiramente imensurável.

Encerro expressando minha gratidão aos colegas de trabalho na Aspuv, Asav e CEAD, cujas experiências de estágio foram não apenas enriquecedoras, mas também transformadoras.

“El campo del intelectual es por definición la conciencia. Un intelectual que no comprende lo que pasa en su tiempo y en su país es una contradicción andante y el que comprendiendo no actúa tendrá un lugar en la antología del llanto pero no en la historia viva de su tierra”

Rodolfo Walsh

RESUMO

Este trabalho analisa as apropriações e usos das plataformas digitais por criadores de conteúdo da mídia radical. Neste contexto, propõe-se uma discussão sobre o papel histórico da comunicação contra-hegemônica, experiências históricas, além das possibilidades e desafios proporcionados pela internet e as plataformas digitais. Partindo de um levantamento bibliográfico sobre mídia radical, comunicação contra-hegemônica e experiências de midiativismo, realiza-se a análise de alguns dos expoentes de duas gerações de comunicadores de plataformas como YouTube, Twitch, Instagram e Tik Tok. Por fim, o trabalho conclui que as plataformas digitais apresentam ferramentas robustas para a ampliação do alcance, financiamento e diversificação dos formatos da mídia radical.

PALAVRAS-CHAVE

Mídia Radical. Plataformas Digitais. Comunicação

ABSTRACT

This work examines the appropriations and uses of digital platforms by creators of radical media. In this context, a discussion is proposed on the historical role of counter-hegemonic communication for this political field, historical experiences, as well as the possibilities and challenges provided by the internet and digital platforms. Based on a literature review of radical media, counter-hegemonic communication, and media activism experiences, an analysis is conducted on some of the prominent figures from two generations of communicators on platforms such as YouTube, Twitch, Instagram, and TikTok. Finally, the work concludes that digital platforms offer robust tools for expanding reach, financing, and diversifying the formats of radical media.

LISTA DE IMAGENS

Imagem 1 – Casimiro transmitindo na Twitch	19
Imagem 2 – Hasan jogando AmongUs com a deputada AOC	20
Imagem 3 – Transmissão de Luide sobre a CPI da Covid	21
Imagem 4 – Publicidade externa no canal do streamer Gaules	22
Imagem 5 – Exemplo de evento acadêmico transmitido no canal da TV Boitempo....	26
Imagem 6 – Vídeo O que é racismo estrutural?	27
Imagem 7 – Vídeo “Socialista de iPhone”	29
Imagem 8 – Vídeo de Débora Baldin para o Canal Tese Onze	30
Imagem 9 – Vídeo “Comunismo, socialismo e capitalismo”	32
Imagem 10 – Vídeo “Che Guevara: monstro ou herói revolucionário”	34
Imagem 11 – Vídeo “A teoria do apego”	36
Imagem 12 – Luide reage a da participação de Antonio Tabet no Flow Podcast	39
Imagem 13 – Arrecadação para o Natal Sem Fome do MTST	40
Imagem 14 – Vídeo “Historiador reagindo a One Piece”	42
Imagem 15 – Desce a Letra Show entrevista Lula	43
Imagem 16 – Vídeo “Comunismo: princípios básicos e guia de leitura”	45
Imagem 17 – Vídeo sobre a origem do Bairro da Liberdade publicado no Tik Tok ...	46
Imagem 18 – Transmissão de react em colaboração com o História Pública	47
Imagem 19 – Vídeo sobre viagem de Gustavo à Georgia	48
Imagem 20 – Vídeo curto sobre o conceito de Consciência de Classe	50
Imagem 21 – Dublagem de áudio do entregador Paulo Galo	51
Imagem 22 – Mensagem de bom-dia	52

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	9
1. REFERENCIAL TEÓRICO.....	11
1.1. Panorama histórico.....	11
1.2. As mídias da multidão.....	14
1.3. Plataformas e criação de conteúdo.....	16
1.3.1. Twitch: Interação em tempo real e criação de comunidades.....	16
2. ANÁLISE.....	23
2.1. Metodologia.....	23
2.2. A primeira onda marxista.....	24
2.2.1. TV Boitempo.....	24
2.2.2. Tese Onze.....	27
2.2.3. Chavoso da USP.....	30
2.2.4. Jones Manoel.....	32
2.2.5. Tempero Drag.....	34
2.2.6. Balanço.....	36
2.3. O novo fôlego.....	38
2.3.1. Luide.....	38
2.3.2. Load.....	40
2.3.3. História Pública.....	43
2.4. História Cabeluda.....	46
2.5. Hiago Soares.....	48
2.6. Balanço.....	52
3. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	54
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	57

INTRODUÇÃO

As plataformas sociodigitais (RAULINO, 2022) estão cada vez mais presentes no cotidiano da população, trazendo uma transformação profunda e ampliação dos espaços de sociabilidade, que agora se expandem do presencial para o online. São locais utilizados para a pesquisa, a comunicação com amigos ou familiares, compras de bens ou serviços, estudo, trabalho, dentre outras inúmeras possibilidades.

Diferente do que acreditavam alguns dos que primeiro se debruçaram nos estudos da cibercultura, como Pierre Lévy (1999), o ambiente virtual até possibilitou uma ampliação no acesso aos meios de se comunicar. Mas, por questões que passam desde os algoritmos utilizados pelos grandes conglomerados digitais até a dificuldade de acesso por questões econômicas, estruturais e sociais, a sua emergência e ampliação de acesso não efetivou uma pluralidade na difusão de todo tipo de informação ou conteúdo.

Presenciamos, também, a repetição dos padrões de concentração de poder econômico e político, que antes podiam ser encontrados nos chamados “barões da mídia”, e agora se espelham na consolidação dos monopólios virtuais¹, como a Amazon, Meta, Alphabet, entre outros gigantes da tecnologia advindos do Vale do Silício, nos Estados Unidos.

A rápida expansão da internet e das plataformas de redes sociais transformou significativamente as dinâmicas de engajamento político e social, mas não se trata de uma capilarização. A este momento histórico, Jodi Dean (2015) nomeia *Capitalismo Comunicativo*. Segundo a autora: As mensagens agora são contribuições para um conteúdo que circula. Houve uma mudança da primazia do valor de uso de uma mensagem para a primazia de seu valor de troca, para sua capacidade de circular, ser encaminhada e contada (DEAN, 2015, p. 119 e 120).

Neste contexto, onde volume, algoritmos e publicidade ditam tanto o alcance dos conteúdos, mensagens e mais diversos discursos, surgem questionamentos candentes sobre a importância, abertura ou contradições da atuação de movimentos sociais e populares nas redes sociais.

Temos como foco deste trabalho identificar como e onde a mídia radical² tem atuado e se organizado para amplificar suas pautas e bandeiras de luta. Apesar de um histórico de grande

¹ Empresas de tecnologia dos EUA fazem monopólio mesmo após investigações. Disponível em: <https://www.moneytimes.com.br/empresas-de-tecnologia-dos-eua-fazem-monopolio-mesmo-apos-investigacoes/>

² Definimos, conforme Downing (2004, p.22), mídia radical enquanto “mídia – em geral de pequena escala e sob muitas formas diferentes – que expressa uma visão alternativa às políticas, prioridades e perspectivas” hegemônicas”. Este conceito será aprofundado ao longo do referencial teórico.

enfrentamento nas redes, principalmente por parte dos movimentos como o pelo software livre e do ativismo hacker, até então apresentou-se em diversos momentos uma luta contra o sistema individualizada, com diversas outras contradições que bebiam particularmente do que Faustino (2023, p. 171) chama de ideologia californiana, bastante ligada aos ideais estadunidenses do *do it yourself* (faça você mesmo) e *selfmade man* (alguém cujo sucesso é fruto de seu próprio trabalho e esforço).

Desta forma, cabe uma análise de como e se os novos gêneros discursivos (Bakhtin, 2016), construídos digitalmente, têm contribuído nos trabalhos de agitação e propaganda dos movimentos sociais. Deste modo, apresenta-se uma necessidade de compreender como as práticas discursivas dos novos atores políticos se diferem e influenciam em uma renovação de um espaço historicamente preenchido pelo jornal físico ou uma atuação dispersa e individual de certos militantes nas redes.

Para uma análise criteriosa da relevância dos meios de comunicação para os coletivos, movimentos sociais e partidos políticos, estruturamos o referencial teórico em três seções distintas. Inicialmente, abordaremos uma breve contextualização e um panorama teórico-histórico da importância da comunicação contra-hegemônica para autores da tradição marxista. Em seguida, ampliaremos nossa compreensão por meio dos trabalhos de Downing (2002), Bentes (2015), Moraes (2016) e Peruzzo (2018), explorando os usos contra-hegemônicos da comunicação. Prosseguiremos, então, para uma análise mais aprofundada das transformações e perspectivas proporcionadas pelas plataformas digitais, encerrando com uma análise das novas estratégias de criação de conteúdo que proporcionam um maior engajamento.

Este delineamento metodológico visa proporcionar uma abordagem abrangente e estruturada para a compreensão da interação entre meios de comunicação e atores sociais, destacando as questões econômicas, históricas e sociais que permeiam a atual conjuntura.

1. REFERENCIAL TEÓRICO

1.1. Panorama histórico

A esquerda, principalmente de tradição marxista, acumula um grande debate sobre a comunicação, principalmente a partir da análise do papel e a importância da *imprensa* e de uma batalha ideológica contra-hegemônica e de teor revolucionário que chamam a atenção para processos de mobilização mais abrangentes, para além da produção de informação possibilitada pela imprensa. Em uma perspectiva histórica, tratava-se de um meio de comunicação em ascensão e de ampla circulação. O próprio Karl Marx é autor de uma vasta obra jornalística, intrinsecamente imbricada em sua produção teórica (Moraes, 2016).

Na análise de Moraes (2016), o jovem Marx teria visto na imprensa um importante potencial transformador que poderia catalisar as mudanças estruturais na sociedade que propunha. A má remuneração e a falta de estabilidade já marcavam a realidade da profissão, mas se colocava como um

refúgio para iniciantes com alguma inclinação literária ou jovens intelectuais inquietos que, não conseguindo ou não tendo a chance de definir-se por outra profissão, acabavam gravitando nas redações para ganhar o que fosse possível, ou simplesmente para publicar seus escritos (Moraes, 2016, p. 33).

Marx passou por uma longa e conturbada carreira jornalística, que resultou em uma série de perseguições políticas e censura, dada sua postura já bastante crítica para a época. É o que leva a sua demissão da Gazeta Renana, um importante marco em sua virada política. Segundo José Paulo Netto (2012, p. 10), este período de atuação no veículo fez com que ele fosse “obrigado a enfrentar a realidade imediata da vida política e constatou que a sua formação acadêmica era insuficiente para dar conta dos conflitos que moviam a sociedade”.

A esta mudança de perspectiva de uma valência positiva e de visão transformadora da imprensa para a leitura de suas limitações e da falta de apoio e censura por parte dos acionistas do meio em que atuava. Moraes (2013) pontua que seria também um momento de virada no pensamento de Marx, se afastando do liberalismo e do idealismo dos hegelianos de esquerda e se assentando na leitura das questões concretas que se apresentavam.

Posteriormente, Vladimir Ilyich Ulianov, o Lenin, promove um intenso debate sobre o papel da imprensa em suas obras e trajetória política, se debruçando em pensar e melhor organizar seu papel na estrutura de partidos e movimentos sociais. Esta análise é uma importante contribuição para se pensar em uma imprensa revolucionária.

Para Lenin (2020), era necessária a estruturação e profissionalização geral das tarefas do partido. Segundo ele, seria essencial que:

membros ou grupos do Partido se especializem nos diversos campos da sua atividade: alguns na reprodução de literatura, outros no transporte das publicações editadas no estrangeiro; outros ainda na distribuição pela Rússia, outros na distribuição nas cidades; outros na organização de alojamentos secretos; outros angariando fundos; outros organizando a entrega de correspondências e de todas as informações acerca do movimento; outros na organização das ligações, etc., etc. Sabemos que semelhante especialização exige muito mais resistência, aptidão para se concentrar num trabalho modesto, anônimo, obscuro, muito mais heroísmo autêntico que o trabalho efetuado habitualmente nos círculos (Lenin, 2020).

O elemento central para se começar essa profissionalização seria o jornal. Ainda em 1901, no artigo *Por Onde Começar*, publicado no jornal *Iskra*, Lenin propõe a criação de um jornal para toda a Rússia como o passo inicial para capilarizar e engendrar a linha política, além de servir como um importante espaço para a circulação de informações, agitação, propaganda e um espaço para fomentar o debate político.

Aqui precisamos antes de tudo de um jornal; sem um jornal é impossível coordenar sistematicamente a propaganda e a agitação multiformes e consequentes que constituem a tarefa permanente e principal da social-democracia em geral, e a tarefa particularmente urgente do momento atual (Vladimir Lenin, “Por onde começar?”, 1901).

Para Lenin (1901), este jornal deveria servir, também, enquanto um espaço de aprimoramento da organização interna e logística, para que em um eventual processo revolucionário os mesmos meios já consolidados sejam readequados também para o transporte de outros produtos e serviços. É um braço organizativo para estruturar toda uma cadeia interna do partido que possibilite a profissionalização e divisão interna do trabalho do partido. Em suas palavras:

O jornal não é somente um propagandista e agitador coletivo, mas também um organizador coletivo. Sobre esse último aspecto, pode-se comparar o jornal com a estrutura de andaimes que envolve o edifício em construção, mas permite adivinhar seus traços, facilita os contatos entre os construtores, ajudando-lhes a subdividir o trabalho e a dar conta dos resultados gerais obtidos com o trabalho organizado. Por meio do jornal e com o jornal se formará uma organização permanente, que se ocupará não somente do trabalho local, mas também do trabalho geral sistemático, que ensinará a seus membros a acompanharem atentamente os acontecimentos políticos, a avaliar a importância e a influência de diversos estratos da população, a elaborar quais métodos permitem ao partido revolucionário exercer sua influência sobre os mesmos (Lenin, 2023 pp. 74-75).

Lenin e Gramsci têm uma grande sinergia ao enxergarem na imprensa uma importante ferramenta revolucionária. Tendo atuado majoritariamente na imprensa partidária e operária, Gramsci escreveu mais de 1700 artigos para publicações partidárias (Moraes, 2013, p. 62).

Para Moraes (2013), na abordagem Gramsciana, a mídia e o jornalismo desempenham papéis cruciais como agentes históricos na formação da opinião pública e na configuração da vontade política, interagindo de maneira complementar. A imprensa não seria o único meio de informação, disseminação cultural, ação educativa e persuasão, mas ocupava um papel central no embate da produção ideológica no período histórico em que vivia.

Nesta vasta tradição marxista, é de extrema importância o papel de uma *comunicação contra-hegemônica*. Segundo Edward Said, renomado intelectual palestino, sua função seria:

reivindicar o pluralismo e o valor das histórias e culturas e motivar-nos à reflexão sobre o mundo vivido. É isso que distingue os seres humanos como sujeitos capazes de interferir em seus próprios destinos, vergando a passividade e recusando as razões do mercado como bússolas para a vida social. Assumir a contra-hegemonia como eixo norteador da práxis jornalística “não depende somente de discursos, nem de meios, mas sobretudo de ética, de compreensão real do horizonte emancipador que preconizamos” (Said, 2007, p 95 – 98).

Importantes experiências de comunicação popular, comunitária e revolucionária partiram desta perspectiva de construção contra-hegemônica, tendo ao centro a figura do jornal. Os obstáculos de financiamento e mesmo para proporcionar uma ampla circulação em todo território são marcas deste formato de distribuição física e majoritariamente tocada de forma artesanal e voluntária pelos militantes marxistas/de esquerda/progressistas.

O surgimento da internet abriu um novo leque de possibilidades para a inserção e atuação dos movimentos sociais, além de reduzir os custos logísticos para uma comunicação que atue em maior escala. Se experiências de comunicação comunitária, por local de atuação sindical ou de moradia tinham um alcance menor, com a venda de jornais, zines, panfletagem, rádios comunitárias ou apresentações culturais, a divulgação destes materiais nas redes sociais proporcionou que se rompessem as barreiras logísticas para se ampliar o alcance.

Peruzzo (2018, p. 90) alerta sobre o controle e constante monitoramento dos usuários das plataformas digitais, mas acredita que

Essas ferramentas representam um fator de horizontalidade na comunicação entre as pessoas (interação, interatividade, persuasão), instantânea e universal. Outras tecnologias tiveram e têm sua importância, mas o potencial da internet é incomparável.

A instantaneidade das plataformas digitais não só reduz as distâncias geográficas, mas também amplia as oportunidades de expressão e interação, tendo como requisito técnico base apenas o próprio aparelho celular, ou computador, e o acesso à internet.

1.2. As mídias da multidão

É importante notar o exponencial crescimento do uso das plataformas digitais na organização e cobertura de protestos e manifestações políticas. Um dos momentos históricos que bem exemplifica essa potencialidade são as Jornadas de Junho, em 2013. Multidões tomaram as ruas em protestos não só contra o aumento da tarifa do transporte público, mas também contra a precarização do mercado de trabalho e outros problemas estruturais que atingiam a classe trabalhadora. Neste sentido, é importante apresentarmos o conceito de “multidão” trabalhado por Hardt e Negri, que será utilizado por Bentes ao analisar a reconfiguração da produção midiática:

Mesmo o conceito de “multidão” de Antonio Negri (HARDT, NEGRI, 2005) não esgota as possibilidades e matrizes conceituais que podemos invocar para pensar o midialivrismo, o midiativismo, ou a reconfiguração pós-mídias de massas do campo da comunicação. Mas podemos usar o conceito de multidão para entender como pode haver sinergia e cooperação entre singularidades, entre diferentes, e distinguir multidão cooperante de uma massa amorfa e “irracional” ou do conceito de “povo” (domesticado e referente a um Estado-Nação) (Bentes, 2015 p.14).

Este turbilhão de atos organizados por grupos de um amplo espectro político são marcados por uma dura repressão policial e uma grande dificuldade da mídia tradicional — cujas limitações também era uma das pautas levantadas naquele momento — em acompanhar e transmitir com instantaneidade todos os desdobramentos do que ocorria. É neste contexto que coletivos como o Mídia NINJA³ ganharam grande popularidade nas redes sociais e marcaram as próprias interpretações que eram feitas sobre os atos.

Membros do coletivo saíam às ruas de diversas capitais em transmissões ao vivo onde mostravam de forma bruta uma vivência do que acontecia no interior das manifestações. Trazendo um balanço deste momento, Bentes (2015, p.15) apresenta o conceito de Mídia Multidão enquanto:

a possibilidade de incluir o público na produção desse pós-jornalismo (que não descarta técnicas e práticas que sempre existiram, — como a apuração, reportagem, pesquisa, edição, etc.). Por exemplo, as informações trazidas pelas redes (cruzadas com as informações colhidas nas ruas) funcionam, nas transmissões on-line da Mídia NINJA (no ao vivo do streaming), como um GPS humano, um novo circuito rede-rua.

³ Grupo Mídia Ninja se projeta ao cobrir protestos ao vivo. Reportagem de Nelson de Sá para a Folha de São Paulo em 28/07/2013. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2013/07/1317943-grupo-midia-ninja-se-projeta-ao-cobrir-protestos-ao-vivo.shtml> Acesso em 20/11/2023

O chat da transmissão (onde todos comentam livremente) vira um lugar de atuação, contrafação, disputa, colaboração, uma real ruidocracia intensa e instigante.

Esta experiência de uma audiência que interage nos comentários, divulga, dá instruções ao vivo, chegando em alguns momentos a ditar o andamento do conteúdo gerado nos é bastante útil para pensar a atuação política nas redes sociais, principalmente nas plataformas de transmissão ao vivo, como a Twitch.

Os contextos sociais de desigualdade e conflitos são solo fértil para o surgimento de experiências alternativas no campo da comunicação. Downing (2002) introduz o conceito de “mídia radical” a essas experiências alternativas que brotam em caráter contra-hegemônico nos terrenos de conflito, silenciamento de pautas ou censura mais explícita.

Para cenários de menor embate político, marcados principalmente pela autocensura pautada pelos interesses político-econômicos dos grandes veículos de comunicação, o autor afirma que seria papel da mídia radical:

não apenas de fornecer ao público os fatos que lhe são negados, mas também pesquisar novas formas de desenvolver uma perspectiva de questionamento do processo hegemônico e fortalecer o sentimento de confiança do público em seu poder de engendrar mudanças construtivas (Downing, 2002, p. 50).

Estas experiências de comunicação podem ocupar um espectro muito mais amplo do que uma análise mais simplista da disputa contra-hegemônica poderia pontuar. Não se trataria, apenas, de substituir a imprensa burguesa pela operária, ou tapar as propagandas capitalistas por bandeiras partidárias e coletivas.

Downing (2002) se debruça na análise de como a cultura popular daria as bases para a atuação de uma mídia radical alternativa, onde seria importante pensar o papel das danças de rua, músicas, anedotas, as artes visuais, audiovisual, etc., analisando a fundo algumas das experiências nessas áreas e vertentes.

Partindo desta perspectiva, temos a mídia radical enquanto

meios tipicamente de pequena escala, dispõem em geral de poucos fundos, às vezes não são amplamente conhecidos, de tempo em tempo tornam-se alvo da raiva, do medo ou do ridículo de alguma autoridade, ou mesmo do público em geral, ou ambos. Às vezes têm vida curta, como uma espécie de epifenômeno, outras, perduram por muitas décadas. Às vezes, são atraentes; às vezes, entediantes e repletos de jargões; às vezes, alarmantes; e, às vezes, dotados de um humor inteligente (Downing, 2004, p. 29).

Este elemento é de grande importância para avançarmos em uma análise aprofundada de novas possibilidades, ou ampliações de alguns desses formatos já existentes, que se

desdobram das TICs. A criação de conteúdo para as redes sociais é um solo fértil para este trabalho.

1.3. Plataformas e criação de conteúdo

O presente cenário é de grande capilarização das plataformas digitais, das tarefas mais amplas às esferas mais específicas e individualizadas da vida cotidiana. Este fenômeno desencadeia transformações significativas na maneira na qual os sujeitos consomem, produzem e compartilham as informações.

Peruzzo (2018, p. 83) ressalta que as plataformas digitais não seriam o fator determinante para o surgimento de mobilizações sociais, visto que estas surgiriam das contradições sociais e conflitos de classe que se escancaram naquele contexto ou realidade. Desta forma, as “mídias e redes sociais digitais são ambientes de interação e articulação e contribuem na mobilização, mas não são a causa determinante” (Idem).

Fato é haver hoje grande permeabilidade das redes nas vidas cotidianas da população, o que tornam a discussão sobre a incorporação do seu uso e da sua relação com a comunicação inescapáveis. Dados do Digital News Report 2023 da Reuters⁴ apontam que 79% dos brasileiros buscam se informar online (incluindo redes sociais), 57% nas redes sociais, 51% pela TV e 12% em meios impressos. Desta forma, é de suma importância a análise das potencialidades das novas plataformas digitais e as possibilidades de uso por movimentos sociais, partidos e militantes.

1.3.1. Twitch: Interação em tempo real e criação de comunidades

Tratando-se de uma análise diretamente ligada às Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs), acreditamos, como Brock (2021, p. 69), na necessidade de uma análise material,

uma abordagem cultural crítica da Internet e das novas tecnologias de mídia, que interroga suas complexidades material e semiótica, enquadradas pelas práticas culturais e sociais offline existentes em que seus usuários se envolvem ao usar esses artefatos digitais.

⁴ Disponível em:

https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2023-06/Digital_News_Report_2023.pdf Acesso em 22/11/2023

Dentre as diversas plataformas digitais em alta, a Twitch se destaca como uma plataforma de streaming voltada para transmissões ao vivo, inicialmente com um público ligado ao universo dos jogos eletrônicos. Segundo Paz e Montardo (2018, p. 191) a “Twitch surgiu em 2011 como extensão do serviço Justin TV, concentrando-se no setor de games, incluindo campeonatos, eventos e transmissões pessoais.”

Para os autores, ela se diferencia dos concorrentes pela inovação e domínio de mercado, além do pioneirismo na criação de mecanismos de interação, muitos deles elaborados pelas próprias comunidades. Conforme sua análise, “a audiência pode performar além da ferramenta de chat, ao pedir músicas durante a transmissão, fazer doações e mostrar que está seguindo o canal” (Paz e Montardo, 2018, p. 199). É desta interação que surge boa parte do engajamento e o sentimento de que o espectador também cria, participa e interage com a transmissão.

Outro ponto importante e facilitador proporcionado pela plataforma é a possibilidade de se fazer uma grande transmissão ao vivo, que já conta com a interação e participação de parte da comunidade que acompanha aquele nicho, que posteriormente é dividida em assuntos

No período de 20 de outubro a 20 de novembro, o top 7 de streamers de língua portuguesa da Twitch era formado por 7 brasileiros. A lista é marcada por grandes nomes do cenário dos jogos eletrônicos competitivos⁵ e roleplay⁶, tendo como ponto fora da curva o comunicador Casimiro Miguel (Cazé), do canal Casimito.

Tabela 1 – Streamers mais populares de língua portuguesa

Nome	Média de espectadores	Tempo de transmissão	Inscritos
PaulinhoLOKObr	40544	62h55m	8 135
Alanzoka	17779	164h45m	21487
Baiano	17534	109h20m	9171
LuqueEt4	15963	101h40m	3591

⁵ Alguns dos principais títulos são League of Legends, Counter-Strike, Valorant, Dota 2, PUBG e Fortnite.

⁶ Formato de transmissão em que o streamer joga e transmite interpretando e atuando como seu personagem. Bastante popular nas transmissões de Grand Theft Auto V (GTA V).

loud_coringa	12119	111h20m	11243
Casimito	11927	68h25m	10990
Gaules	10689	712h55m	32260

Fonte: Stream Charts⁷

Em 2020, durante o período da pandemia do coronavírus, Casimiro comentava principalmente as últimas notícias da rodada do futebol brasileiro e veio a se popularizar pela diversificação de seu conteúdo, principalmente no formato dos reacts, ou seja, gravações em que ele reagia, fazendo comentários diversos, na mesma tela, a vídeos produzidos por outros produtores de conteúdo online ou programas televisivos disponibilizados no YouTube⁸.

Com seu carisma e bordões marcantes, Casimiro ganhou grande projeção e recebeu os títulos de Twitcher do ano no Prêmio iBest 2021, Personalidade do Ano em 2021 e 2022 no Prêmio eSports Brasil, Streamer do ano em 2021 e 2022, no prêmio eSports Brasil, sendo eleito Homem do Ano 2022 pela revista QG Brasil⁹. Em 2022, ele fechou uma parceria com a LiveMode e começou a transmitir jogos de futebol de campeonatos locais e, posteriormente, adquiriu os direitos de transmissão da Copa do Mundo de 2022¹⁰ da FIFA, que transmitiu gratuitamente em seus canais na Twitch e YouTube.

Imagem 1 – Casimiro transmitindo na Twitch reagindo a vídeo no YouTube de melhores momentos da partida entre Columbus Crews e Atlanta United

⁷Disponível em: <https://streamscharts.com/channels?lang=pt> Acesso em 31/11/ 2023

⁸Como foi a ascensão meteórica do streamer Casimiro. Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/expresso/article276255.ece> Acesso em 27/11/2023.

⁹ Casimiro fatura o bicampeonato de personalidade do ano de eSports <https://www.correiobraziliense.com.br/esportes/2022/12/5059745-casimiro-fatura-o-bicampeonato-de-personalidade-do-ano-de-esports.html> Acesso em 27/11/2023

¹⁰ Casimiro vai transmitir jogos da Copa do Mundo na internet. Disponível em: <https://www.terra.com.br/esportes/futebol/copa-2022/casimiro-vai-transmitir-jogos-da-copa-do-mundo-na-internet,f9434dc92bf4d44bebc638d95b2f1ab91auoxpddg.html> Acesso em 15/10/2023



Fonte: Canal do Casimiro na Twitch.

Casimiro cresceu em um momento em que a Twitch expandiu seu escopo para além do universo gamer, se tornando um espaço de interação social, no qual os usuários podem transmitir e assistir a uma variedade de conteúdos, como música, conversas, atividades criativas e políticas. Ampliou ainda mais sua audiência disponibilizando o conteúdo das transmissões também no YouTube e sendo replicado por outros canais criados por sua comunidade.

Ainda na Twitch, no entanto, o grande expoente no debate político é o streamer estadunidense Hasan Piker, quinto maior streamer da plataforma em 2022¹¹. Hasan (conhecido como Hasanabi) construiu sua comunidade trazendo não apenas conteúdo de jogos, mas também debates a partir de sua experiência como comentarista político. Graduado em Ciência Política e Comunicação pela Rutgers University, alterna entre transmissões jogando games populares e comentando questões da conjuntura política estadunidense ou global. Seu grande crescimento se deu ao fazer transmissões jogando Among Us¹² (grande febre no momento) junto à deputada estadunidense Alexandra Ocasio Cortez (AOC), do Partido Democrata.

¹¹ Segundo dados do “2022 Video Game Streaming Report”. Disponível em: <https://insights.streamhatchet.com/-2022-live-streaming-report> Acesso em 19/11/2023

¹² Mais informações sobre a carreira de Hasan e sua particularidade de ser um comentarista político com “fãs obsessivos” na reportagem: Streaming With Hasan Piker, the AOC of Twitch “I’m a political commentator with, like, stans.” Disponível em: <https://nymag.com/intelligencer/article/hasan-piker-twitch-profile.html> Acesso em 19/11/2023

Imagem 2 – Hasan jogando AmongUs com a deputada AOC e outros grandes streamers estadunidenses



Fonte: Canal Daily Dose of Hasanabi no YouTube

No Brasil, em 2021, a cobertura da Comissão Parlamentar de Inquérito sobre a atuação do Estado brasileiro em relação combate à pandemia popularizou ainda mais a plataforma Twitch, a partir de influenciadores como oCalheiros, Luide, História Pública e História Cabeluda, que realizaram transmissões reagindo¹³ e comentando, com bastante humor, à cobertura oficial da TV Senado. As transmissões foram marcadas pela presença do humor e a criação e viralização de memes, uma característica que bastante define a comunicação nas plataformas digitais.

Esse processo de viralização pode ser melhor compreendido a partir de Bentes. Para a autora:

O modelo da comunicação pós-mídia de massas é a conversação e/ou a memética, ideias replicantes, memes que buscam se reproduzir e para os quais somos um dos formuladores e vetores entre outros (objetos, redes, dispositivos). A memética interessa não por qualquer tipo de "darwinismo cultural" (os memes como genes egoístas que querem se multiplicar a qualquer custo e sobreviver), mas por explicitar o potencial multiplicador e viralizante de ideias ou parte de ideias, imagens, sons, desenhos, valores estéticos e morais, línguas, que possam ser transmitidas, duplicadas, remixadas de forma autônoma, o que não significa que são unidades fechadas em si,

¹³Como a CPI da Covid virou entretenimento nas redes. Disponível em: <https://www.nexojournal.com.br/expresso/2021/05/19/Como-a-CPI-da-Covid- virou- entretenimento- nas- redes> Acesso em 19/11/2023

mas que vão mudar de sentido ao serem recombinadas e produzir memes derivados, num processo de variação sem controle. A memética e a vida e morte dos memes nas redes sociais são uma boa expressão dessa potência erótica da comunicação (Bentes, 2015, p.12).

Neste sentido, canais alinhados a um espectro ideológico mais progressista passaram a utilizar cortes em áudio de momentos engraçados dos depoimentos, além de roupas verde e amarelas e bandeiras foram empregados como elementos satíricos para zombar da estética frequentemente associada aos simpatizantes do então presidente Jair Bolsonaro – que, é importante ressaltar, também recorrem a memes e humor no seu repertório de atuação política, de forma geral.

Imagem 3 – Transmissão de Luide sobre a CPI da Covid



Fonte: Canal de Luide na Twitch

Uma das grandes inovações da Twitch está em inovar na presença de um sistema de monetização e remuneração aos streamers já embutido na plataforma, composto por:

- **anúncios** — propagandas automáticas ao entrar em algum canal e que também podem ser utilizadas manualmente pelos streamers durante a programação;
- **inscrições** — um sistema de assinatura onde o usuário é beneficiado com figurinhas personalizadas e um emblema para se diferenciar no bate-papo (chat);

- **bits** — uma moeda virtual da plataforma (paga) que o usuário pode utilizar para enviar mensagens personalizadas ou doar ao streamer.

Parcerias com marcas e publicidade durante as transmissões são estratégias adicionais para a geração de receita na plataforma. É bastante comum que os streamers as busquem junto a empresas desenvolvedoras de jogos ou produtos eletrônicos e casas de apostas. O canal do streamer Gaules, por exemplo, tem em seu perfil banners de divulgação da Kabum (loja de eletrônicos), Oi (empresa de telefonia e internet), Players's Bank (cartão de crédito voltado para o público gamer do banco Itaú) e da PariMatch (casa de apostas).

Imagem 4 – Publicidade externa no canal do streamer Gaules

The image shows a screenshot of the Gaules Twitch channel interface. It features several promotional banners and text blocks:

- Top Left:** A banner for "FAÇA SUA DOAÇÃO!" (Make your donation!) with the text "MANDE UM SALVE CLIQUE AQUI" (Send a salute, click here).
- Top Center:** A banner with a winged icon and the word "REGRAS" (Rules).
- Top Right:** A banner for "KaBUM!" featuring a character in a blue hood and the text "Uma seleção de produtos da Tribo! Clique e confira." (A selection of products from the Tribe! Click and check out.) and the website "www.kabum.com.br".
- Middle Left:** A banner for "DE A 100 DO VIRTUAL PARA AS PISTAS" (From virtual to the tracks) with the text "ASSISTA TODOS OS EPISÓDIOS EM /GAULES" (Watch all episodes on /GAULES).
- Middle Center:** A banner for "OI FIBRA muda tudo." (Oi Fiber changes everything.) with the Oi logo and the text "SAIBA MAIS" (Know more).
- Middle Right:** Text explaining the "Sistema de Gaupoints" (Gaupoints system) and "Como ganhar Gaupoints" (How to earn Gaupoints).
 - Sistema de Gaupoints:** Uma forma de retribuir o carinho de quem faz parte da tribo através de presentes que você encontra através do LINK.
 - Como ganhar Gaupoints:**
 - Assistindo a live estando logado na sua conta da Twitch você ganha 4 Gaupoints a cada 10 minutos e se for sub do canal você ganha 8 Gaupoints
 - 92 Gaupoints para cada R\$ 1,00 doado
 - 450 Gaupoints para cada 100 bits enviados
 - 1380 Gaupoints se virar sub do canal
- Bottom Left:** A banner for "PARI MATCH" featuring two men in black tracksuits.
- Bottom Center:** A banner with a winged icon and the text "TRIBO STORE".
- Bottom Right:** Text explaining "Horários das Lives" (Live hours):
 - De segunda a sábado das 8am até por volta das 20h
 - Em dias de transmissões de campeonatos os horários são anunciados nas redes sociais (Twitter).

Fonte: Canal do Gaules¹⁴ na Twitch.

¹⁴ Canal do Gaules. Disponível em: <https://www.twitch.tv/gaules> Acesso em 20/11/2023

Muitos dos streamers também mantêm em tela um código (QR code) com sua chave PIX para receberem doações, a alternativa mais utilizada por canais estrangeiros é o Paypal. Em alguns casos é integrada a extensão *livepix*¹⁵, que permite que os espectadores enviem uma mensagem junto ao pagamento para ser lida (narrada) automaticamente ou exibida na tela da transmissão. Este tipo de interação possibilita uma maior imersão e participação da audiência.

Desta forma, apresenta-se uma plataforma robusta e com ferramentas que facilitam a transmissão e interação com os usuários. Importante, ainda, destacar a possibilidade de adaptação e posterior edição para compartilhamento do mesmo conteúdo em outras plataformas, uma questão que nos debruçaremos durante a análise de alguns dos produtores de conteúdo de caráter contra-hegemônico e revolucionário.

2. ANÁLISE

2.1. Metodologia

Como Braga (2011), acreditamos que a escolha dos métodos e técnicas de coleta de dados deve ser baseada nas características do objeto de estudo e nos objetivos da pesquisa. Desta forma, visamos reunir um amplo e referencial teórico que trouxesse base tanto para a análise de nosso objeto de estudo quanto para sanar as questões relacionadas à importância deste estudo.

Segundo o autor:

O processo metodológico básico não é o de definir uma regra de encaminhamento e depois segui-la estritamente; mas sim o de rever cada passo dado e refletir sobre a justeza de seu direcionamento, corrigindo-o no próprio andamento da pesquisa. Planejar é replanejar. (BRAGA, 2011, p. 10)

Desta forma, a metodologia adotada neste trabalho tem em vista compreender a dinâmica das interações entre os criadores de conteúdo radical e as plataformas sociodigitais, assim como analisar as estratégias de comunicação utilizadas pelos agentes políticos nesse ambiente.

Adotou-se uma abordagem qualitativa em uma análise empírica, incluindo estudos de caso aprofundados e análise de conteúdo. A coleta de dados foi realizada por meio da

¹⁵As ferramentas possibilitam um alerta sonoro ou visual que é integrado ao software de transmissão utilizado pelo streamer. Mais informações em: <https://livepix.gg/> Acesso em 25/11/2023

observação direta das plataformas e do conteúdo digital disponível publicamente, além das métricas, público, engajamento em redes sociais e popularidade.

Durante o levantamento das informações percebemos a diferenciação entre dois grandes grupos de produtores de conteúdo, aos quais chamaremos de *Primeira Onda Marxista* e *O Novo Fôlego*. Alguns elementos que influenciaram esta divisão, para além do tempo de criação dos canais, dizem respeito às plataformas e formatos utilizados.

Partimos, então, para o processo de análise e sistematização, onde levantamos: a) **Trajectoria** — um breve estudo da trajetória do criador de conteúdo, que o apresenta e contextualiza. As informações reunidas têm como base o material compartilhado em suas plataformas digitais e matérias jornalísticas; b) **Plataformas** — levantamento de quais seriam as plataformas mais utilizadas por este criador e suas métricas segundo dados disponíveis nas plataformas digitais e no Stream Charts¹⁶; c) **Conteúdo** — identificar qual o tipo de conteúdo produzido para cada plataforma e em que se diferenciaria.

Posteriormente, realizamos um balanço das características comuns e das possibilidades que se apresentam com os usos que estes agentes fazem das plataformas digitais.

2.2. A primeira onda marxista

2.2.1. TV Boitempo

a) Trajetória

Um dos canais mais antigos e de importante papel na formação da esquerda de tradição marxista no Brasil é a TV Boitempo¹⁷ que, no YouTube, publica desde 2012. É mantido pela editora homônima, de grande renome em publicação nas áreas das ciências humanas, como economia, política, história e cultura.

b) Plataformas

O canal no YouTube, criado em 2012, conta com 370 mil inscritos, 26.045.267 visualizações e mais de 1,2 mil vídeos publicados. Parte deste conteúdo também é

¹⁶ Ferramenta que possibilita o cálculo das estatísticas de streamers da Twitch. Disponível em: <https://streamscharts.com/>. Acesso em 05/12/2023

¹⁷ Pode ser acessado em: <https://www.youtube.com/@TVBoitempo>. Acesso em 20/11/2023

disponibilizado no formato de áudio na Rádio Boitempo¹⁸, podcast semanal da editora na plataforma Spotify.

Os perfis da editora em outras plataformas, como X (Twitter) e Instagram não estão vinculados diretamente à TV Boitempo, mas às produções do grupo editorial como um todo. São compartilhadas apenas imagens de divulgação dos vídeos, portanto não incluiremos na análise.

c) Conteúdo

Os conteúdos publicados no canal da editora são palestras, eventos de divulgação e lançamento de livros, além de entrevistas com autores e pensadores brasileiros sobre conceitos específicos do vocabulário marxista. Os formatos e níveis de produção são variados, mas tendem a se ater a vídeos na íntegra das transmissões ou gravações de eventos. Em alguns casos parte deste material bruto é editado e dividido conforme o tema abordado pelo palestrante e repostado.

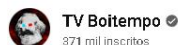
Imagem 5 – Exemplo de evento acadêmico transmitido no canal da TV Boitempo

¹⁸ Rádio Boitempo. Disponível em:

<https://open.spotify.com/show/2geoy38Ox5Y01XBwbHaWc?si=f7ffc4893244e93> Acesso em 20/11/2023



Novo marxismo e crítica das formas sociais | IV Seminário Crítica do Direito e Subjetividade Jurídica



971 mil inscritos



577



Compartilhar



Salvar



4.278 visualizações Transmitido ao vivo em 7 de nov. de 2023 IV SEMINÁRIO CRÍTICA DO DIREITO E SUBJETIVIDADE JURÍDICA: NOVO MARXISMO E CRÍTICA DAS FORMAS SOCIAIS

Fonte: Canal TV Boitempo

Outro formato é o de entrevista — ou relato — de um autor explicando conceitos de sua obra, com ou sem mediação. É o caso do vídeo mais popular do canal¹⁹ — publicado em 2016 e protagonizado pelo filósofo do direito e atual Ministro dos Direitos Humanos Silvio Almeida — que conta com mais de 900 mil visualizações e 90 mil reações positivas (gostei). Em termos técnicos, o vídeo, de pouco mais de 10 minutos, apresenta ser gravado com uma boa câmera, mas sem estabilização da imagem, que fica um pouco trêmula.

Imagem 6 – Vídeo O que é racismo estrutural? Por Silvio Almeida no canal da TV Boitempo

¹⁹ O que é Racismo Estrutural, por Silvio Almeida. Disponível em: <https://youtu.be/PD4Ew5DIGrU>. Acesso em 20/11/2023



Fonte: Canal da TV Boitempo

O baixo investimento em qualidade e técnicas (principalmente de edição) é um recurso importante a ser notado e comparados aos demais produtores de conteúdo que abordaremos. No caso da gravação de eventos, o mais comum é uma câmera fixa à distância captando toda a mesa de convidados, e a pós-produção tende a somente adicionar uma vinheta ao começo e final do vídeo.

Também são realizadas transmissões ao vivo, que seguem o formato de palestra ou mesa de debate acadêmica com convidados e a figura de um mediador — membro da equipe da editora ou autor por eles publicado. É importante notar este elemento formal e bastante ligado à produção e divulgação acadêmica.

2.2.2. Tese Onze

a) Trajetória

Outro grande expoente é o Tese Onze, criado por Sabrina Fernandes, PhD em Sociologia e Mestre em Economia Política pela Universidade Carleton no Canadá. O canal no YouTube foi criado em 2017, com o nome “À Esquerda”, sendo posteriormente renomeado em referência à décima primeira tese sobre Feuerbach, de Karl Marx (2009): “Os filósofos têm apenas interpretado o mundo de maneiras diferentes; a questão, porém, é transformá-lo”.

b) Plataformas²⁰

No YouTube, o canal conta com uma audiência de 438 mil inscritos, apresentando um catálogo de 256 vídeos que já acumularam mais de 15 milhões de visualizações. Na plataforma TikTok, o perfil conquistou 71,9 mil seguidores e recebeu 688,7 mil curtidas. No Facebook, a página alcançou uma base de 48 mil seguidores, enquanto no Twitter (X), atingiu 56,8 mil seguidores. Na plataforma de streaming Twitch, o canal possui 16,5 mil seguidores.

c) Conteúdo

O principal formato de vídeo do canal, que marca seu estilo, é protagonizado por Sabrina, que aborda os assuntos fazendo o uso de sarcasmo e ironia em alguns dos vídeos, mas sem fugir do decoro acadêmico.

Os temas dos vídeos passam por um glossário — composto por vídeos mais curtos com temas do vocabulário marxista — algumas publicações maiores abordam questões mais complexas e teóricas, abordando os temas de feminismo marxista, ecossocialismo, veganismo.

O formato principal utilizado é de vlogs. Segundo Burgess e Green:

O vlog (abreviação para ‘videolog’) é uma forma predominante do vídeo “amador” no YouTube, tipicamente estruturada sobre o conceito do monólogo feito diretamente para a câmera, cujos vídeos são caracteristicamente produzidos com pouco mais que uma webcam e pouca habilidade em edição. Os assuntos abordados vão de debates políticos racionais a arroubos exacerbados sobre o próprio YouTube e detalhes triviais da vida cotidiana. (2009, p. 192)

²⁰ Dados de 25 de nov. de 2023

Seu vídeo mais popular, “Socialista de iPhone”²¹, possui mais de meio milhão de visualizações. Com humor, Sabrina se coloca contrária ao fim da exploração e não da produção dos bens. Um elemento importante para nossa análise é que ela inicia o vídeo citando os bens utilizados em sua produção:

uma câmera Canon 80D, gravador Zoom h6, um microfone mobo, editado em um mac capenginha e velho [...] e colocado na internet dominada por interesses capitalistas no meio do YouTube.

Imagem 7 – Vídeo “Socialista de iPhone”



Socialista de iPhone? | 022



Tese Onze
438 mil inscritos



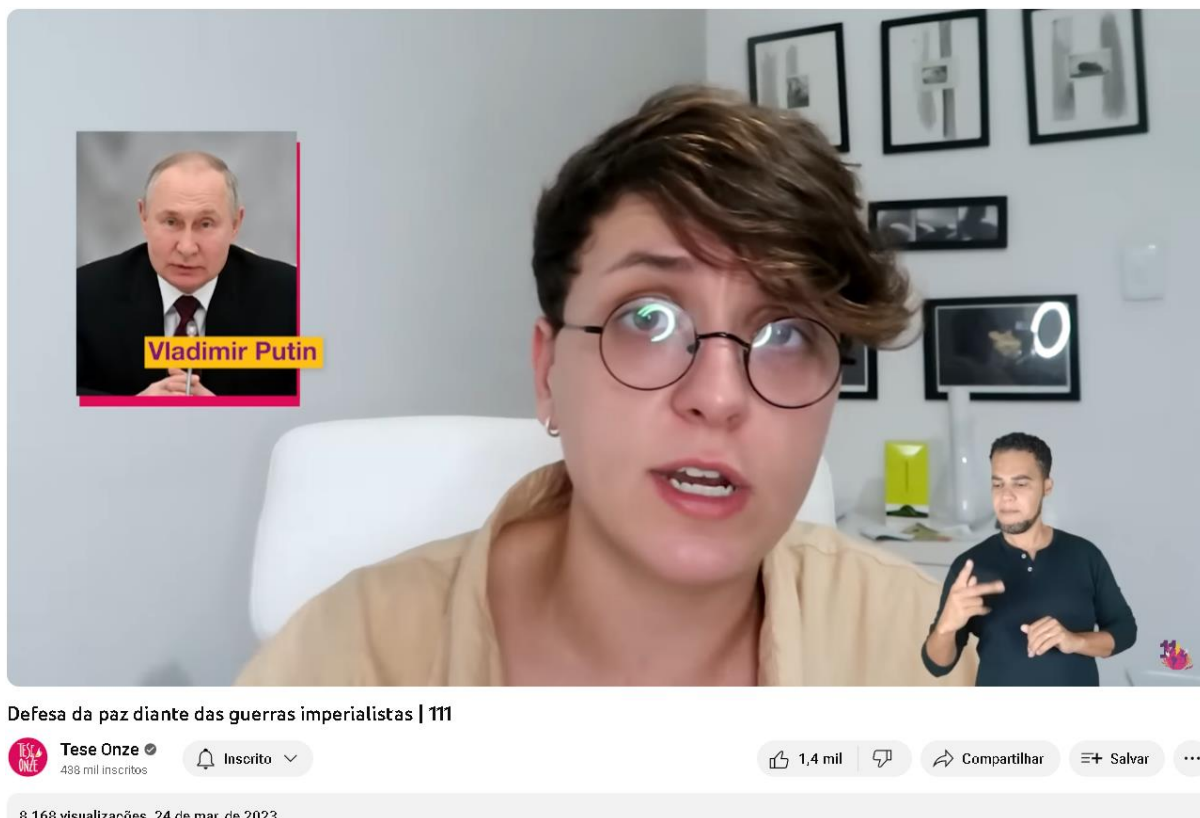
543.740 visualizações 14 de fev. de 2018

Fonte: Canal Tese Onze no YouTube. Acesso em: 22 nov. 2023

Estas informações apontam para uma maior qualidade e técnica envolvida na produção de seus vídeos. Sabrina também experimentou conteúdos no formato de webdocumentário, ao abordar temas ligados à luta por moradia e a situação da Palestina.

²¹ Socialista de iPhone? Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=CL2matYOY1A&t=1s> Acesso em 22/11/2023

Imagem 8 – Vídeo de Débora Baldin para o Canal Tese Onze



Fonte: Canal Tese Onze

Posteriormente, outros criadores de conteúdo foram incorporados ao projeto, em um momento em que Sabrina passa a se afastar da criação de conteúdo para a internet, focando em sua carreira profissional e acadêmica. O canal encerrou suas atividades em julho de 2023, com um vídeo de despedida nomeado “Missão cumprida”²².

2.2.3. Chavoso da USP

a) Trajetória

Criado por Thiago Torres, mais conhecido como Chavoso da USP, o canal aborda sua trajetória enquanto estudante, vindo de uma origem periférica, cursando Ciências Sociais na Universidade de São Paulo.

²² “Missão cumprida”. Vídeo de encerramento do canal. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=CZoSh4qLGqU> Acesso em 20/11/2023

b) Plataformas

No YouTube, o canal conta com uma audiência de 392 mil inscritos e já lançou 120 vídeos, acumulando um total de 7.441.864 visualizações. No Instagram, o perfil alcançou 253 mil seguidores, enquanto no Twitter (X), conquistou uma base de 170 mil seguidores. Além disso, o projeto conta com o apoio de 292 colaboradores através de financiamento coletivo.

c) Conteúdo

O conteúdo produzido pelo Chavoso é focado em vlogs de caráter bastante expositivo, trazendo reflexões das suas vivências costuradas com referências teóricas da tradição marxista. A edição é bastante simples, com uma vinheta, elemento gráfico com suas redes sociais e a inserção de algumas imagens.

Seu vídeo mais popular, “Comunismo, socialismo e capitalismo” conta com mais de 690 mil visualizações e tem uma produção bastante harmônica e visualmente agradável, apesar de simples. O cenário é elaborado, com quadros de rappers brasileiros (Mano Brown, Eduardo Taddeo e Sabotage) e do revolucionário burkinabe Thomas Sankara em destaque, além de quadros menores de Marielle Franco, Frantz Fanon, Malcom X e Zumbi dos Palmares. Inúmeros livros também compõem o cenário, uma importante estratégia de trazer credibilidade e seriedade intelectual e acadêmica.

Imagem 9 – Vídeo “Comunismo, socialismo e capitalismo”



COMUNISMO, SOCIALISMO E CAPITALISMO



Chavoso da USP
892 mil inscritos

Seja membro

Inscrito

93 mil



Compartilhar

Download

Clipe



690.650 visualizações 17 de abr. de 2021

Fonte: Canal Chavoso da USP. Acesso em: 20 nov. 2023

2.2.4. Jones Manoel

a) Trajetória

Outro grande expoente de uma geração anterior de YouTubers é Jones Manoel²³, graduado em História e mestre em Serviço Social pela Universidade Federal de Pernambuco, educador popular e militante do Partido Comunista Brasileiro – Reconstrução Revolucionária (PCB-RR).

b) Plataformas

²³ Jones passou a adquirir grande projeção e popularidade após ser entrevistado por Caetano Veloso na Mídia Ninja <https://midianinja.org/caetanoveloso/descubra-quem-e-o-jovem-pensador-marxista-que-mudou-a-cabeca-de-caetano-veloso/>

No YouTube, o canal alcançou a marca de 286 mil inscritos, com um extenso catálogo de 1.222 vídeos e um impressionante total de 18.849.787 visualizações. Nas redes sociais, o perfil do Instagram conta com uma expressiva base de 247 mil seguidores, enquanto no X (Twitter), conquistou uma audiência de 231 mil seguidores. Além disso, o projeto conta com o apoio significativo de 651 colaboradores através de financiamento coletivo.

c) Conteúdo

O conteúdo principal de Jones também tende a seguir o formato de vlog. Seu vídeo mais acessado é intitulado “Che Guevara: monstro ou herói revolucionário?”, no qual se debruça em trazer uma análise do panorama histórico e político do emblemático revolucionário.

A produção é de certa forma até bem produzida e elaborada, com imagens de transição e ilustrativas, os quais são inseridas conforme o roteiro, além de um cenário pensado e trabalhado com quadros de Che Guevara e outras ilustrações de propaganda da União da Juventude Comunista (UJC), a juventude do Partido Comunista Brasileiro (PCB).

Jones tende a trazer um resgate histórico das experiências e da literatura socialista do século XX, mas com grande presença das leituras anticolonialistas e de libertação nacional na África e América Latina.

Imagem 10 – Vídeo “Che Guevara: monstro ou herói revolucionário”



Che Guevara: monstro ou herói revolucionário?



Jones Manoel
284 mil inscritos

Seja membro



Inscrito



42 mil



Compartilhar



Download



Clipe



374.218 visualizações 31 de jul. de 2018

Fonte: Canal de Jones Manoel. Acesso em: 19 de nov. 2023

Os vídeos mais recentes de seu canal, mais focados em análise conjuntural, passaram também por um significativo avanço no quesito técnico, com melhora na câmera, iluminação e microfone, além de trazerem um QR code de sua chave pix, para a contribuição de apoiadores.

2.2.5. Tempero Drag

a) Trajetória

O maior canal desta primeira onda de produtores de conteúdo marxista é o Tempero Drag²⁴, apresentado por Rita Von Hunty. Criado pelo professor e ator Guilherme Terreri²⁵ – que dá vida à Rita –, graduado em Artes Cênicas pela UniRio e bacharel em Literatura Inglesa pela Universidade de São Paulo.

²⁴ Acesse o canal em: <https://www.youtube.com/@TemperoDrag>

²⁵ Foice, martelo e peruca: uma drag queen comunista. Daniel Lisboa, abril de 2019. Disponível em <https://piaui.folha.uol.com.br/materia/foice-martelo-e-peruca/>

O Tempero Drag surgiu como um canal de culinária, em 2015, após a participação da drag queen no reality show – também no YouTube – Academia de Drags. Com o tempo, o canal foi se diversificando e passou a trazer conteúdos teóricos, análises de conjuntura e interpretações da realidade brasileira partindo de leituras marxistas.

b) Plataformas

No YouTube, o canal possui uma expressiva audiência de 1,18 milhão de inscritos, apresentando um acervo de 300 vídeos que acumulam um total impressionante de 59.111.180 visualizações. Seu perfil no Instagram conta com uma base sólida de 180 mil seguidores. No entanto, no Twitter, embora tenha alcançado 31,5 mil seguidores, não recebe atualizações desde 2018. Sua plataforma de financiamento coletivo conta com 3520 membros.

c) Conteúdo

Seu vídeo mais popular é A Teoria do Apego (ou “qual é o seu tipo?”), com mais de 1,7 milhão de visualizações. Para além de roteiros recheados de um humor ácido, há uma grande profissionalização, com a presença de vinheta, edição dinâmica (com a inserção de palavras-chave, imagens, transições) e créditos, que expõe a presença de outros membros na equipe de produção, responsáveis pela direção e fotografia, edição, pós-produção e produção de arte. Vídeos mais recentes contam, ainda, com descrição em libras.

Imagem 11 – Vídeo “A teoria do apego”



A TEORIA DO APEGO (ou "qual é o seu tipo?")



Tempero Drag
1,18 mi de inscritos



215 mil



Compartilhar



Download



Clipe



1.726.207 visualizações 16 de jul. de 2019

Fonte: Canal Tempero Drag. Acesso em 19 de nov. 2023

É possível apoiar a produção dos conteúdos contribuindo a partir de 5 reais na plataforma Orelo, se juntando aos mais de 3200 financiadores. As recompensas, que variam conforme o valor contribuído, são: agradecimento nos créditos, um áudio personalizado da Rita lendo o primeiro capítulo de uma obra, a participação em um sorteio de livros ou a participação em aulas mensais de debate bibliográfico. O link para o financiamento coletivo está disponível na descrição de todos os vídeos.

1.1.1. Balanço

Downing (2002, p. 272) avalia que por conta dos meios tradicionais de comunicação, como a televisão, a imprensa e o rádio, estarem sob o controle da grande indústria, “os produtores de mídia alternativa viram-se obrigados a buscar novos caminhos de comunicação, e a rápida expansão das redes de computadores proporcionam meios novos e dinâmicos de organização e solidariedade popular”.

Entretanto, avaliamos alguns aspectos que ainda limitam o conteúdo produzido por este agrupamento que nomeamos *A primeira onda marxista*. Uma das barreiras enfrentadas pelos criadores de conteúdo nas plataformas digitais é a persistência do formato artesanal de

produção. Muitas vezes, a ausência de ferramentas adequadas, equipamentos, habilidades técnicas limitadas e recursos financeiros escassos levam à criação de conteúdo com qualidade visual e técnica abaixo do ideal. Essa abordagem artesanal não apenas prejudica a estética do material, mas também compromete a credibilidade do conteúdo, afetando a percepção dos usuários.

Como pontua Moraes (2016, p. 195),

“A evolução técnica deveria ampliar o conhecimento das sociedades e dos homens. Mas, na prática, ocorre uma perversa inversão: as técnicas e tecnologias avançadas são disputadas e apropriadas por elites e atores privilegiados em função de objetivos determinados e para manter sua posição de superioridade”.

A saturação de informações nas redes sociais impõe um segundo desafio: a tendência de produzir conteúdo longo e pouco chamativo. Em um ambiente no qual a atenção do público é altamente disputada, publicações extensas e carentes de elementos visualmente atrativos arriscam serem ignorados. A falta de concisão e apelo visual pode resultar na perda de engajamento e, conseqüentemente, na ineficácia das estratégias de comunicação²⁶.

A produção de conteúdo muitas vezes padece de um terceiro desafio: a falta de divulgação efetiva e a limitação à utilização de apenas uma plataforma. Diversificar as audiências para diferentes plataformas digitais requer uma abordagem estratégica, adaptando o conteúdo para maximizar o alcance, ampliando as oportunidades de interação e compartilhamento. A principal plataforma utilizada por este grupo de criadores de conteúdo foi o YouTube, enquanto outras, como o Instagram e Twitter (X), foram utilizadas somente para a divulgação.

Por fim, a quarta problemática observada na produção de conteúdo desses criadores é o risco de adotar um formato excessivamente academicista. Em um ambiente caracterizado pela rapidez e informalidade, a linguagem e a apresentação excessivamente formais podem afastar a audiência. A falta de adaptabilidade aos códigos de comunicação específicos das plataformas digitais pode resultar em uma desconexão entre o conteúdo e os usuários, prejudicando a efetividade das mensagens transmitidas. O entendimento e a superação desses desafios são essenciais para a construção de estratégias de produção de conteúdo mais alinhadas com as dinâmicas e expectativas das audiências nas redes sociais.

²⁶ Importante ressaltar o domínio da técnica e do capital econômico necessário para otimizar e ampliar o alcance do conteúdo já bastante utilizado pela extrema-direita, como o canal Brasil Paralelo no YouTube. Mais informações em: <https://nucleo.jor.br/especiais/2023-01-31-a-maquina-do-brasil-paralelo/> Acesso em 25/11/2023

Segundo Downing (2002, p. 275), tradicionalmente os ativistas da mídia radical estiveram na posição de repórteres ou documentaristas das pautas e reivindicações dos movimentos sociais. Por meio da internet e as plataformas digitais, os articuladores e militantes dos movimentos sociais teriam a oportunidade de se expressarem e divulgarem suas demandas e pautas de maneira mais direta. Este processo faz com que a barreira entre os ativistas populares e os produtores de mídia radical torne-se cada vez mais indistinta (Idem). Podemos ver essa barreira sendo quebrada com a figura de pessoas de origem acadêmica e/ou militante expondo diretamente suas pautas e demandas políticas, sociais e econômicas.

1.2. O novo fôlego

1.2.1. Luide

a) Trajetória

Criador de conteúdo há 16 anos, Luide é streamer na Twitch, youtuber e criador do Formando Creators, uma mentoria paga que ajuda àqueles que desejam começar a produzir material para as plataformas digitais. Se popularizou no período dos blogs, onde criou o site Amigos do Fórum, além de ter trabalhado no blog Não Salvo. É também criador do podcast Rebobinando e participou na bancada do podcast Não Ouvo.

A popularização do seu conteúdo produzido na Twitch se deu principalmente a partir da CPI da Covid, como abordamos no capítulo anterior. O uso da sátira é bastante presente em suas transmissões e vídeos.

b) Plataformas

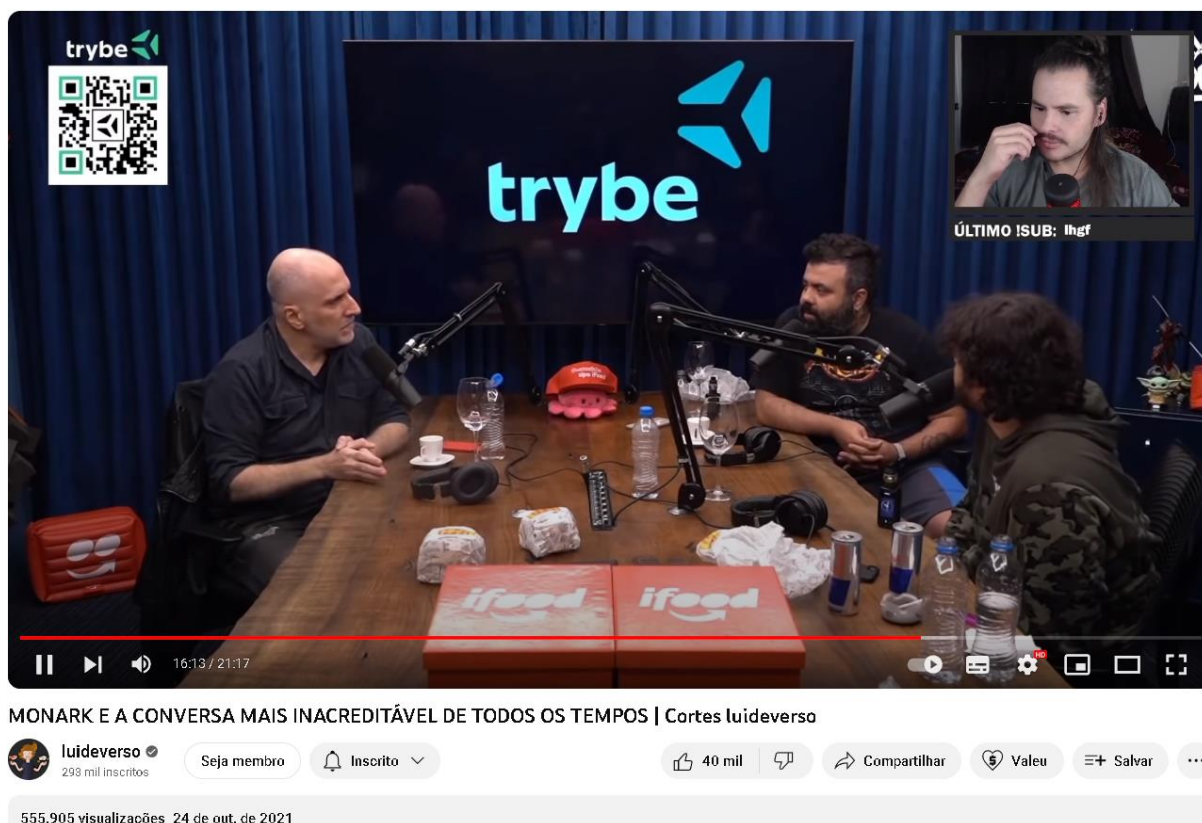
No YouTube, o canal “luideverso” conta com uma base de 160,9 mil seguidores e 1612 inscritos. No Instagram, sua conta possui uma audiência de 191 mil seguidores. Na plataforma TikTok, o perfil acumula 54,4 mil seguidores e recebeu 658 mil curtidas. No Twitter, a presença online é marcada por uma considerável base de 198,2 mil seguidores. Além disso, na plataforma de streaming Twitch, o canal conta com 160,9 mil seguidores e 1612 inscritos.

c) Conteúdo

O carro-chefe na produção dos conteúdos de Luide está em suas lives na Twitch. A realização de transmissões reagindo a conteúdos em alta proporciona aos espectadores uma experiência compartilhada de consumo de mídia. Ao direcionar o foco para conteúdos políticos em ascensão, Luide tem a oportunidade de contextualizar, analisar e reagir em tempo real. Essa abordagem permite uma resposta imediata a assuntos que estão ganhando popularidade, contribuindo para a construção de uma comunidade engajada e presente.

Luide reage a entrevistas em alta em podcasts de grande repercussão, como Flow, À Deriva e Inteligência Limitada, até então ignorados por criadores de conteúdo progressistas, apesar de seu alcance e capacidade de viralização. É o caso de seu vídeo mais visto, onde reage a um corte da participação de Antonio Tabet no Flow Podcast, gerando mais de meio milhão de visualizações.

Imagem 12 – Luide reage a corte da participação de Antonio Tabet no Flow Podcast



Fonte: Canal luideverso no YouTube

Luide também reage ao conteúdo produzido por boa parte dos criadores presentes em nossa análise, além de proporcionar uma mentoria, a Formando Creators, para que estes e outras pessoas que desejem trabalhar com conteúdo para as plataformas digitais entendam melhor seu funcionamento.

Outra iniciativa marcante realizada por Luide é o formato de transmissão beneficente, onde reúne doações para movimentos sociais, como o MTST. Em uma recente campanha para o Natal Sem Fome do movimento, Luide arrecadou mais de 39 mil reais em doações junto a seu público na Twitch.

Imagem 13 – Arrecadação para o Natal Sem Fome do MTST



Fonte: Perfil de Luide no Twitter (X)/ Transmissão na Twitch

1.2.2. Load

a) Trajetória

Givanildo dias dos Santos²⁷, mais conhecido como Load, é influenciador digital e apresentador. Começou sua carreira no YouTube, falando sobre as conexões entre quadrinhos,

²⁷ Informações retiradas de seu perfil na plataforma LinkedIn <https://www.linkedin.com/in/givanildo-dias-dos-santos-b427a5209/?originalSubdomain=br>

animes e o Hip Hop. Foi apresentador do Omelete e atualmente apresenta, junto ao popular youtuber Cauê Moura, o Desce a Letra Show.

b) Plataformas

No YouTube, o canal “loadeando” conta com uma audiência de 55,3 mil inscritos, oferecendo um catálogo composto por 200 vídeos que acumularam 3.323.016 visualizações. Além disso, seu canal dedicado ao conteúdo de grafite (“loadgraff”) atingiu 11,5 mil inscritos em 68 vídeos, que somam 4.346.172 visualizações.

Na plataforma de streaming Twitch, o canal ostenta 49,9 mil seguidores e 596 inscritos. No Instagram, tem uma base de 163 mil seguidores. No TikTok, o perfil acumula 77 mil seguidores e recebeu 975,5 mil curtidas. Seu Twitter, conta com 156,7 mil seguidores.

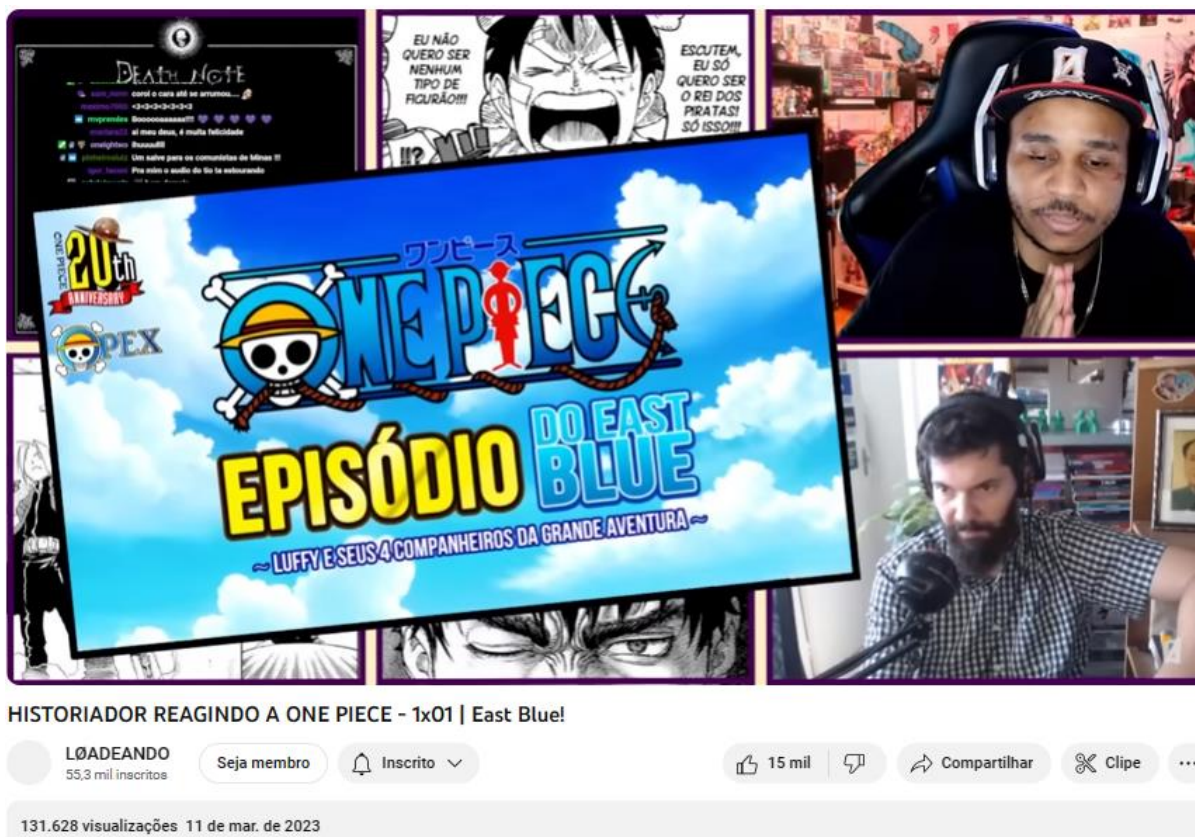
c) Conteúdo

Load é um comunicador de produção bastante diversificada. Cria conteúdo de react a animes junto a figuras de esquerda, realiza a leitura da Pedagogia do Oprimido junto a seu público na Twitch, faz transmissões reagindo ao conteúdo de grafiteiros ou grafitando pelas ruas da cidade, além de ser membro da bancada do Desce a Letra Show.

Em seu vídeo mais popular, reage ao primeiro episódio do anime One Piece junto ao historiador, e também criador de conteúdo de esquerda, João Carvalho²⁸. A publicação conta com mais de 130 mil visualizações no YouTube e foi gravada em uma transmissão na Twitch.

Imagem 14 – Vídeo “Historiador reagindo a One Piece”

²⁸ Historiador e membro da Soberana. Seu canal no YouTube está disponível em: <https://www.youtube.com/@assimdissejoao>



Fonte: Canal Loadeando no YouTube. Acesso em 06 de dez. 2023

No podcast Desce a Letra Show participa da bancada lendo as notícias da atual conjuntura e entrevistando figuras do cenário político, criadores de conteúdo e personalidades. O episódio mais popular contou com a presença do então presidenciável Luiz Inácio Lula da Silva, o Lula, chegando a mais de 1 milhão e 300 mil visualizações.

Imagem 15 – Desce a Letra Show entrevista Lula



PAPO DE ESPERANÇA feat. LULA // DL SHOW #054



DESCE A LETRA SHOW
356 mil inscritos

Seja membro

Inscrito

260 mil



Compartilhar

Valeu



1.386.983 visualizações Transmitido ao vivo em 23 de out. de 2022

Fonte: Canal Desce a Letra Show no YouTube. Acesso em 06 dez. 2023

1.2.3. História Pública

a) Trajetória

Historiador pela USP, Ian Neves, do canal História Pública, se diferencia por fazer parte da Soberana, “um coletivo marxista-leninista que atua na disputa pela consciência política dos trabalhadores na internet”. Segundo seu manifesto de fundação:

Boa parte da esquerda que produz conteúdo para a internet age somente pela perspectiva de agitação e propaganda. Apesar de entendermos a importância da agitprop, nós propomos ir além. Nosso projeto consiste em utilizar a internet para fomentar a organização dos trabalhadores, o avanço da consciência política, a divulgação e a capilarização do marxismo-leninismo no cotidiano de toda a classe²⁹.

Atualmente a Soberana conta com 29 membros e oferece apoio psicológico com valores sociais aos membros da comunidade, cursos de formação, clube de leitura e um cineclube em seu canal no Discord.

²⁹ Manifesto de fundação da Soberana. Disponível em: <https://soberana.tv/#manifesto-hr> Acesso em 05/12/2023

b) Plataformas

No YouTube, o canal apresenta uma audiência de 325 mil inscritos, disponibilizando 49 vídeos que acumularam 10.045.712 visualizações. Além disso, o canal específico de cortes também atingiu a mesma marca de 325 mil inscritos e 10.045.712 visualizações com os mesmos 49 vídeos. Na plataforma de streaming Twitch, o canal conta com uma base considerável de 113,7 mil seguidores e 396 inscritos. No Instagram, 324 mil seguidores. Seu TikTok conquistou 304,9 mil seguidores e recebeu 4,5 milhões de curtidas. No Twitter, a presença online é marcada por uma base sólida de 138,4 mil seguidores. Possui 461 apoiadores recorrentes em financiamento coletivo. O canal no Discord da Soberana, coletivo que faz parte, conta com 60513 membros.

c) Conteúdo

O avanço qualitativo, no quesito técnico, está na produção de conteúdos mais variados e distribuídos em plataformas até então pouco utilizadas pelos canais de esquerda brasileiros. A Twitch até então se mostrava um espaço pouco explorado por produtores de conteúdo que abordassem diretamente a política de um viés à esquerda, tal qual o Tik Tok.

Outro grande diferencial da Soberana está no sentimento de comunidade explorado pelo coletivo. Para além da interação ao vivo com os espectadores nas transmissões na Twitch, seu público tem acesso livre a um canal no Discord³⁰, que já conta com quase 60 mil membros, para que este contato e vínculo se mantenha ativo também nos momentos offline.

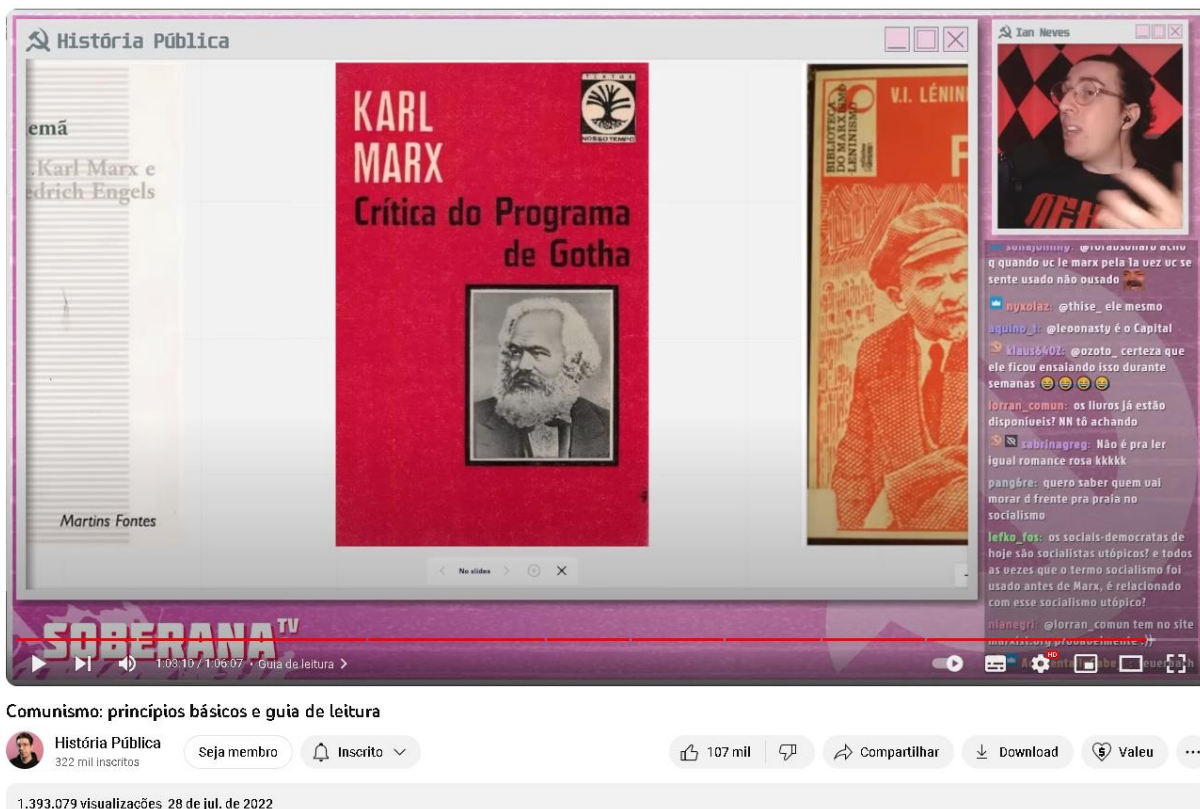
Para Papacharissi (2011, p. 185), a comunicação com os outros pode estimular a atividade política. É neste sentido que a criação deste tipo de comunidade capilariza a inquietação e a necessidade de manter lendo, consumindo os conteúdos, engajando e debatendo sobre este universo que passa a ser cada vez mais comum àquele grupo de pessoas.

O grande diferencial dos conteúdos produzidos por Ian é a densidade presente principalmente em seus vídeos mais longos para o YouTube. Com o formato de ensaio, tratam

³⁰ Aplicativo de criação de comunidades bastante popular no meio gamer. Permite a criação de servidores com canais de áudio e vídeo. O canal da Soberana pode ser acessado em: <https://discord.com/servers/comunidade-soberana-828778305691844609> Acesso em 20/11/2023

de princípios básicos do marxismo, da organização política e do panorama histórico das experiências socialistas.

Imagem 16 – Vídeo Comunismo: princípios básicos e guia de leitura

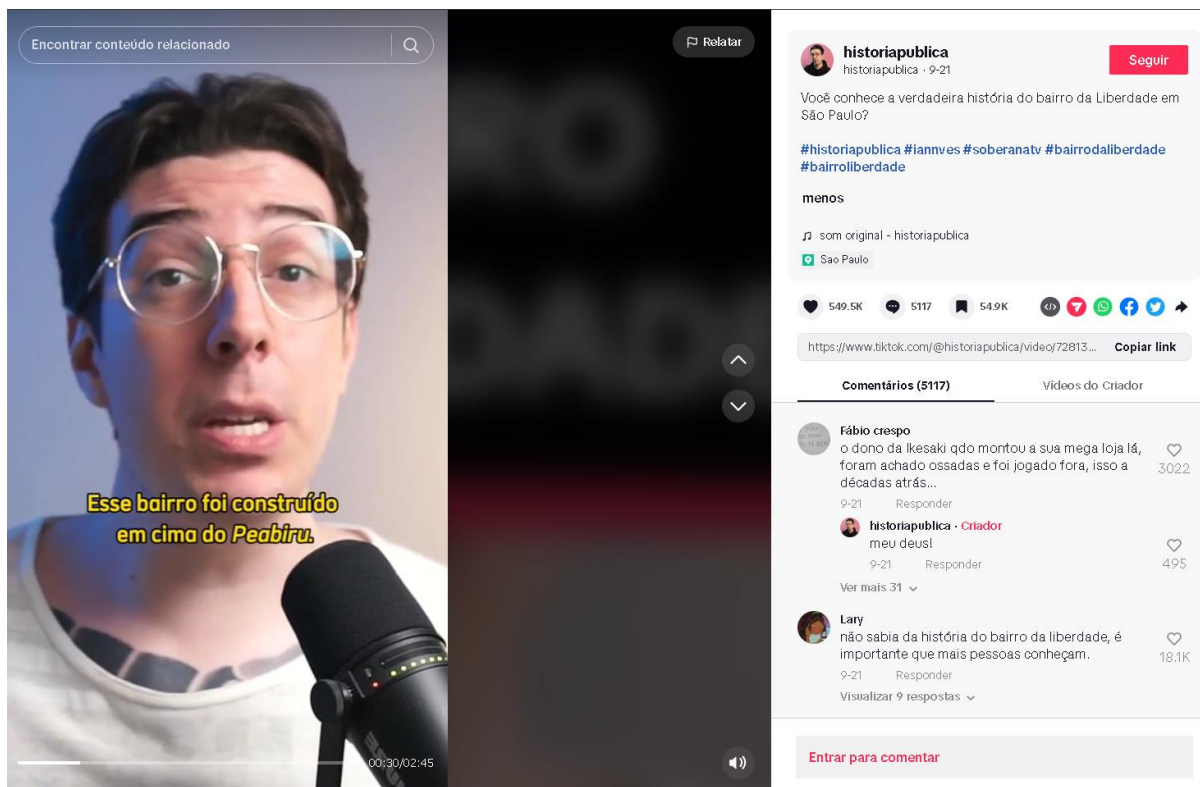


Fonte: Canal História Pública no YouTube

É o caso de seu vídeo mais popular, “Comunismo: princípios básicos e guia de leitura”, publicado em julho de 2022, conta com mais de 1,3 milhão de visualizações. Sua gravação ocorreu em uma transmissão da Twitch, mas com pouco do tradicional espontaneísmo e improviso, que marcam a experiência das transmissões na plataforma. Apesar de não haver uma grande interação entre o streamer e o chat da plataforma durante a gravação, ele é mantido em tela para que a comunidade se sinta parte da criação de conteúdo.

O conteúdo produzido nas transmissões na Twitch é editado e adaptado para seu canal principal no YouTube, seu canal de cortes – que reúne conteúdos que tendem a ficar datados mais rápido ou que teriam menor engajamento no canal principal –, além de serem posteriormente editados para os formatos de Instagram e TikTok.

Imagem 17 – Vídeo sobre a origem do Bairro da Liberdade publicado no Tik Tok



Fonte: Perfil do História Pública no Tik Tok

1.3. História Cabeluda

1.3.1. Trajetória

Historiador formado pela USP, Gustavo Gaiofato, iniciou seu canal divulgando conteúdos complementares³¹ para os alunos da escola onde trabalhava. Seu conteúdo se popularizou rapidamente no período da pandemia de Covid-19 em um momento em que o formato de reacts passava por um grande crescimento impulsionado pelo fenômeno Casimiro. Gustavo é militante do PCB-RR.

1.3.2. Plataformas

No YouTube, o canal conta com uma audiência de 313 mil inscritos, em um catálogo de 674 vídeos que acumularam um total de 53.380.182 visualizações. Na plataforma de

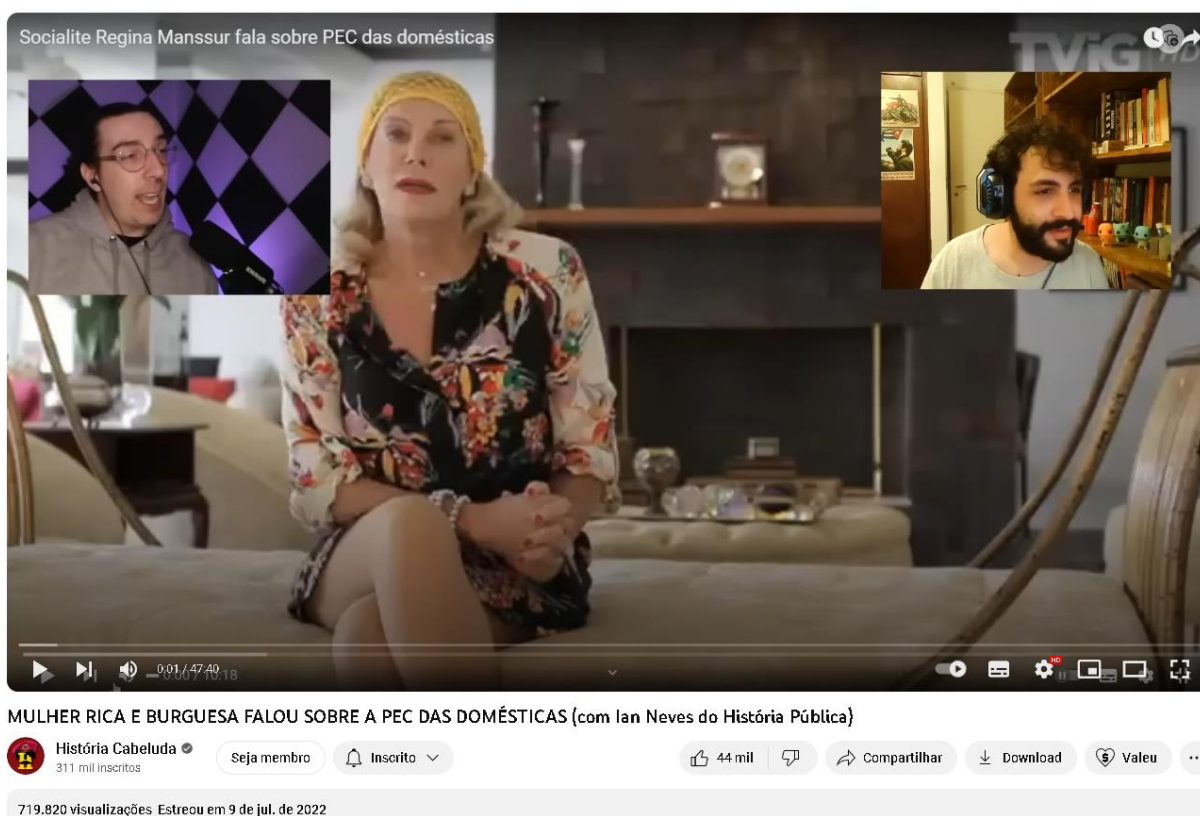
³¹ Quem é Gustavo Gaiofato, influencer comunista que chegou aos trends ao rebater Whindersson. Disponível em: <https://f5.folha.uol.com.br/celebridades/2023/03/quem-e-gustavo-gaiofato-influencer-comunista-que-chegou-aos-trends-ao-rebater-whindersson.shtml> Acesso em 27/11/2023

streaming Twitch, o canal conta com 65,6 mil seguidores e 51 inscritos. No Instagram, a presença online é marcada por uma base de 29,6 mil seguidores. No TikTok, o perfil acumula 76,6 mil seguidores e recebeu 1 milhão de curtidas. Possui 168,3 mil seguidores no Twitter. Além disso, o projeto conta com o apoio de 274 colaboradores mediante financiamento coletivo.

1.3.3. Conteúdo

O principal formato de conteúdo produzido por Gustavo é o react. As gravações são realizadas em transmissões na plataforma Twitch e posteriormente editadas e republicadas em seu canal no YouTube. Algumas dessas transmissões são realizadas em colaboração com outros criadores de conteúdo.

Imagem 18 – Transmissão de react em colaboração com o História Pública



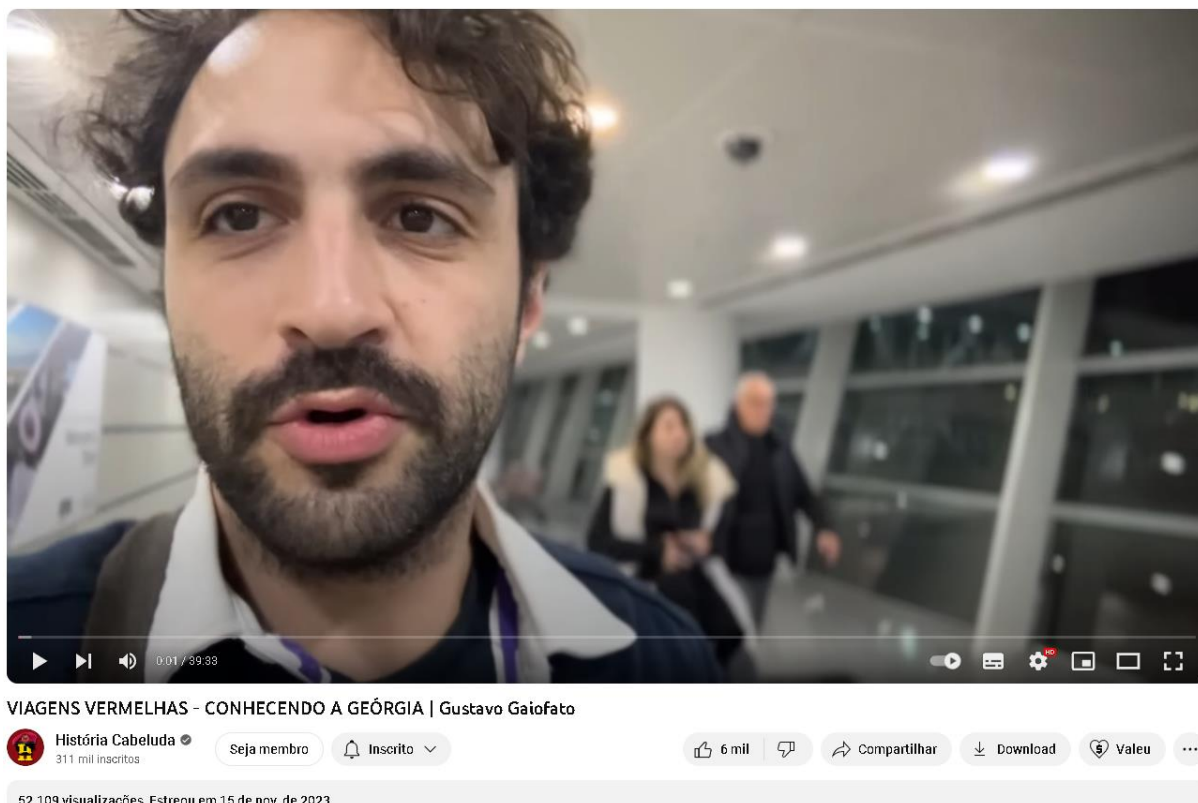
Fonte: Canal História Cabeluda no YouTube

Gustavo também não se furta de reagir a vídeos e entrevistas de figuras da extrema-direita, como Nikolas Ferreira, MBL, Ideias Radicais e Monark, buscando utilizar o sarcasmo

e ironia para apresentar as contradições que avalia em seus discursos. O conteúdo teórico tende a se dissolver em meio ao react do conteúdo, tornando a experiência do espectador menos maçante.

Outro formato que o canal tem apresentado é o de viagens internacionais a países que viveram, ou vivem, experiências socialistas. Até o momento desta análise, foram gravados vídeos em Cuba e Geórgia mostrando a cultura, história e o atual contexto dos países.

Imagem 19 – Vídeo sobre viagem de Gustavo à Georgia



Fonte: Canal História Cabeluda no YouTube

1.4. Hiago Soares

a) Trajetória

Jornalista pelo Centro Universitário de Belo Horizonte e licenciado em Filosofia pela PUC Minas, Hiago Soares produz conteúdo para a internet de maneira autônoma desde 2020, tendo também atuado para veículos de comunicação como o Brasil de Fato e organizações não governamentais, na produção de conteúdo e edição de vídeo.

Em uma publicação no Instagram³², no dia 15 de outubro de 2023, anunciou que pararia de produzir conteúdo para as redes sociais. Segundo ele, já não era possível conciliar a dinâmica e demanda de produção das plataformas com seu trabalho como jornalista.

b) Plataformas

No YouTube, o canal possui uma audiência de 7,14 mil inscritos, apresentando um catálogo de 47 vídeos que acumularam um total de 134 mil visualizações. Na plataforma de streaming Twitch, o canal conta com 458 seguidores. No Instagram, a presença online é marcada por uma base significativa de 121 mil seguidores. No TikTok, o perfil acumula 126 mil seguidores e recebeu 2,7 milhões de curtidas. Seu perfil no Twitter é inativo e conta com somente 66 seguidores.

c) Conteúdo

O conteúdo produzido por Hiago se diferencia dos demais por estar voltado principalmente para os formatos de reels (vídeos curtos para Instagram) e Tik Tok, além de ser bastante dominado pelo apelo visual e suas técnicas de edição de vídeo. Efeitos, transições rápidas e o humor enriquecem estas produções. Durante a análise identificamos 3 formatos predominantes: Vídeos curtos, Dublagens e Memes.

A produção de vídeos curtos de alta qualidade visual visa atrair a atenção imediata do espectador, aproveitando a linguagem audiovisual característica do TikTok. Embora o conteúdo teórico seja diluído para se adequar ao formato, a densidade conceitual é mantida por meio de símbolos visuais, gráficos e elementos estilísticos, além da bibliografia complementar disponibilizada na publicação. Essa abordagem busca não apenas entreter, mas também educar e despertar a atenção do público para pautas, proporcionando uma introdução acessível a conceitos fundamentais da teoria crítica.

Imagem 20 – Vídeo curto sobre o conceito de Consciência de Classe

³²Escrevo para dizer que não vou mais produzir conteúdo. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/Cyb9hb9A0Xn/> Acesso em 20/11/2023



Fonte: Perfil de Hiago no Instagram

Outro formato bastante inovador utilizado por ele é o que chamaremos de dublagem. Este é um formato em alta na criação de conteúdo, principalmente para o TikTok, e consiste em um estilo de vídeo no qual o criador faz uma colaboração reagindo ao conteúdo do outro diretamente na plataforma, ou captando sua imagem por cima de algum vídeo, música ou áudio viral. Hiago adapta o conteúdo de outros criadores de conteúdo de esquerda, pensadores ou grandes quadros militantes, trazendo um maior apelo visual. Segundo ele:

Comecei a fazer vídeos na internet em 2020. Desempregado, recém-formado, isolado dentro de casa numa pandemia. Para passar o tempo daqueles dias ruins, ligava a câmera do meu Samsung velho para repetir as trends que assistia no TikTok. À medida que a gestão criminosa do desgoverno avançava, passei a publicar críticas ao ex-

presidente em forma de dublagens. Eu pensei que só meus amigos ou alguma centena de pessoas viriam.³³

A figura abaixo ilustra um conteúdo neste formato, onde Hiago utiliza um trecho de uma fala do motoboy e militante do movimento de trabalhadores em aplicativos Paulo Galo. Por meio de elementos cenográficos e teatrais, além de uma edição mais complexa, o conteúdo torna-se ainda mais chamativo e atrativo a novos públicos. Em outros vídeos, ele interpreta falas de Sabrina Fernandes, Maria Rita Kehl, Maria da Conceição Tavares, entre outros.

Imagem 21 – Dublagem de áudio do entregador Paulo Galo



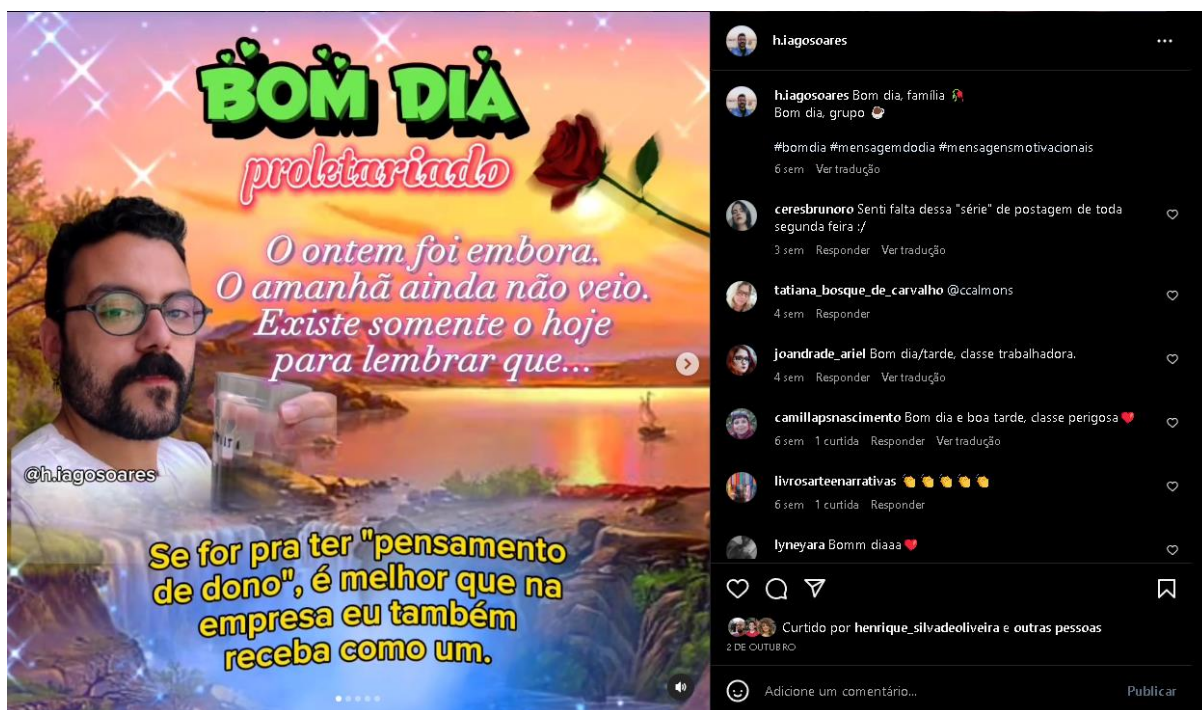
Fonte: Perfil de Hiago no Instagram

Um terceiro formato de publicação bastante utilizado por Hiago é uma releitura das imagens com mensagens de bom-dia, frases religiosas ou piadas, muito enviadas em grupos no WhatsApp ou Facebook por familiares mais idosos. A “estética de tiozão” é muitas vezes associada a memes inofensivos e descontraídos, no entanto, ao subvertê-la com mensagens de

³³ Disponível em sua publicação sobre o encerramento das publicações: <https://www.instagram.com/p/Cyb9hb9A0Xn/>

pensadores marxistas ou que evocam a consciência de classe, estas fotos e vídeos ganham o engajamento dos jovens – que as compartilham de forma irônica–, mas também acabam chegando ao público mais idoso ou alheio ao tema tratado que tende a se interessar por aquele formato já conhecido.

Imagem 22 – Mensagem de bom-dia



Fonte: Perfil de Hiago no Instagram

A ironia de utilizar uma linguagem visualmente familiar para transmitir ideias subversivas desafia as expectativas, provocando reflexões sobre a mensagem. Os memes com estética de “tioção” transformam-se, assim, em uma estratégia bastante sagaz para a desconstrução de narrativas hegemônicas.

1.5. Balanço

À medida que exploramos os desafios enfrentados na produção de conteúdo para as plataformas digitais, é crucial reconhecer e celebrar as conquistas que os criadores têm alcançado na construção de narrativas contra-hegemônicas e na adaptação das estratégias de comunicação, agitação e propaganda política às demandas contemporâneas.

Downing (2002, p. 105), ao avaliar a relação entre a mídia radical, arte e estética, pontua que “a agenda continua a ser examinada de que modo a mídia radical, como um todo, de pinturas a vídeos, de panfletos a jogos de computador, pode transmitir impacto estético e estimular uma atividade de diálogo alternativa, em vez de simplesmente oferecer contra-informação”. Neste sentido, destacamos quatro elementos que ressaltam saltos qualitativos em relação àqueles que chamamos de *A primeira onda marxista*.

O primeiro seria o avanço no embate direto com outras forças políticas – à direita – que até então tinham hegemonia³⁴ na produção de conteúdo para plataformas como a Twitch, Instagram e Tik Tok. A disputa se dá não só ao marcar presença e ocupar aquele espaço, mas também com a produção de materiais reagindo, debatendo ou explicando divergências com outros campos políticos.

Um segundo avanço está na adequação do material produzido com os formatos em alta nas plataformas. A popularização de elementos como reacts, podcasts e vídeos curtos é aproveitada por estes conteúdos para gerarem um maior alcance para o material que produzem, além que, ao abraçarem essas tendências, os criadores não apenas mantêm-se relevantes, mas também aproveitam as peculiaridades de cada formato para atrair e envolver audiências mais diversas. A maior diversificação da temática e aproximação dos temas com conteúdos em alta nas plataformas digitais também é um elemento estratégico.

O terceiro aspecto seria a produção multiplataforma, que emerge como uma estratégia essencial para os criadores de conteúdo³⁵. Ao reconhecerem a diversidade de audiências presentes em diferentes redes sociais, esses produtores maximizam seu alcance, promovendo uma presença mais robusta e impactante. A abordagem consciente e adaptativa à multiplicidade de plataformas permite que as mensagens atinjam diferentes comunidades, contribuindo para a construção de um público ainda mais diverso. O conteúdo produzido na Twitch, já interagindo com a audiência da transmissão, é adaptado para o formato do YouTube e, posteriormente, os “melhores momentos” são recortados para a divulgação nos shorts, reels e Tik Tok.

³⁴ Direita domina redes sociais e deixa esquerda para trás na batalha digital. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2023/10/direita-domina-redes-sociais-e-deixa-esquerda-para-tras-na-batalha-digital.shtml> Acesso em 30/11/2023

³⁵ Importante ressaltar o papel dos vídeos curtos (reels, Tik Tok, shorts), como estratégia de ampliação de público, que se interessa pelo formato mais dinâmico e depois de captado busca o conteúdo completo. Mais informações em: <https://www.meioemensagem.com.br/proxima/videos-curtos-como-o-formato-pode-ajudar-marcas-e-influenciadores> Acesso em 25/11/2023

A interação direta com o público é quarta uma das características distintivas destes comunicadores. O uso de plataformas como Twitch e Discord oferecem canais de comunicação direta, possibilitando a formação de comunidades engajadas em torno de seus conteúdos (Montardo, 2017, p. 55-56). O entrelaçamento dessas comunidades cria um ambiente de participação ativa, onde o público não é apenas receptor passivo, mas contribuinte ativo na construção e alcance do conteúdo.

2. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presença crescente de produtores de conteúdo contra-hegemônicos nas plataformas digitais marca um avanço significativo na diversificação do cenário midiático, mas não podemos deixar de lado o viés mercadológico das empresas por trás.

Julgando as possibilidades que se apresentam, a Twitch se destaca como um terreno fértil para a criação de públicos engajados e comunidades coesas. A interação em tempo real, as reações ao vivo e a oportunidade de compartilhar experiências pessoais tornam a plataforma um espaço dinâmico para a construção de identidades coletivas, indo além do simples consumo de conteúdo.

A viabilidade financeira para a manutenção destes criadores de conteúdo depende frequentemente de estratégias alternativas de financiamento. O crowdfunding, ou financiamento coletivo, emerge como uma ferramenta poderosa para apoiar criadores independentes. Na Twitch, recursos como inscrições e doações em tempo real oferecem aos espectadores a chance de contribuir financeiramente para o sustento dos produtores de conteúdo, reduzindo a dependência de modelos tradicionais de financiamento, além de ampliarem a participação do público no conteúdo produzido, por meio de mensagens sonoras ou destaque em tela.

Apesar dos avanços, os desafios persistem. Questões como a moderação de discurso, as políticas de algoritmos e os custos, não só técnicos, mas também o investimento de tempo gasto na produção e edição até que – e se – estes meios tornem-se financeiramente viáveis, persistem. No entanto, surgem oportunidades de construir comunidades inclusivas, desafiar narrativas preconcebidas e promover a sustentabilidade financeira mediante iniciativas que profissionalizam a figura destes comunicadores.

Outros criadores de conteúdo radical também trazem importantes avanços, ampliando o debate sobre a indústria cultural, como o caso de Philippe Leão³⁶, que traz essa discussão em relação ao cinema, e o Rádio Guerrilha³⁷, que aborda o cenário da música. Muitos outros, militantes organizados em partidos políticos, no coletivo Soberana ou outros movimentos, também têm criado materiais cada vez mais diversos e com um conteúdo plural que dialoga com a cultura e realidade material dos mais diferentes públicos.

Permanecem lacunas, como a questão da necessidade organizativa para que este trabalho realizado nas plataformas digitais não só divulgue, mas também represente e seja parte das lutas travadas pelos movimentos sociais em seus mais diversos locais de atuação. Dean (2015, p.135) aponta que no Capitalismo Comunicativo “a fragmentação, a prevalência das imagens em relação às demandas, e o fato de acontecerem em ambientes externos não são avanços e inovações táticas consideráveis”. Essas respostas, ainda insuficientes, seriam as possibilidades práticas de atuação dos sujeitos em um contexto em que os envolvimentos comunicativos lhes estariam sendo expropriados pela burguesia, que agora também detém os monopólios digitais.

Não se pode ser ignorada, ainda, a dificuldade de acesso à internet, que se mantém um elemento presente na realidade brasileira. Segundo dados da pesquisa TIC (Tecnologias de Informação e Comunicação nos Domicílios Brasileiros) Domicílios 2023, elaborada pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil³⁸, 29 milhões de brasileiros não tiveram acesso à internet em 2023.

Existe, ainda, a dificuldade de mensurar o real impacto destas iniciativas. Para McLuhan:

É instrutivo acompanhar as fases embrionárias de qualquer desenvolvimento, pois, em geral, elas são muito mal compreendidas – quer se refiram à imprensa, ao automóvel ou à TV. Justamente porque as pessoas, no início, não se dão conta da natureza do novo meio, a nova forma vibra alguns golpes reveladores nos espectadores de olhos mortos-vivos (MCLUHAN, 1969, p.281).

Podemos transportar essa leitura para a análise dos impactos das plataformas digitais em nosso tempo. Os alicerces estão colocados, mas necessita-se, ainda, de uma maior inserção dos partidos e movimentos organizados na criação e suporte aos criadores de conteúdo, que

³⁶ Acesse seu canal em: <https://www.youtube.com/@profphilippeleao>

³⁷ Acesse seu canal em: <https://www.youtube.com/@radioguerrilhaoficial>

³⁸ Disponível em https://cetic.br/media/analises/tic_domicilios_2023_coletiva_imprensa.pdf Acesso em 05/12/2023

ainda têm tocado esta tarefa de comunicação contra-hegemônica de forma bastante individualizada, em um contexto em que se busca justamente a organização coletiva.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, Thiago D'angelo Ribeiro. **Midiativismo e coberturas jornalísticas: mídias livres, movimentos em rede e estratégias de contrapoder**. 2015. 163 f. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) - Universidade Federal da Paraíba, 2015.

BAKHTIN, Mikhail. **Os gêneros do discurso**. São Paulo: Editora 34, 2016.

BENTES, Ivana. **Mídia-Multidão: estéticas da comunicação e biopolíticas**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2015.

BRAGA, José Luiz. A prática da pesquisa em Comunicação: abordagem metodológica como tomada de decisões. *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação | E-compós*, Brasília, v.14, n.1, jan./abr. 2011.

BRAGA, Ruy. *A rebeldia do precariado: trabalho e neoliberalismo no Sul global*. São Paulo: Boitempo, 2017.

BROCK, André. Análise Crítica Tecnocultural do Discurso. In: SILVA, Tarcízio (Org.). **Comunidades, Algoritmos e Ativismos Digitais: Olhares Afrodiaspóricos**. São Paulo: LuterarUA, 2021.

BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. **YouTube e a Revolução Digital: como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade**. São Paulo: Aleph, 2009.

CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet**. Zahar, 2012.

DE FIGUEIREDO, C. D. Poder e Comunicação. Um breve debate sobre a questão do poder nos meios de comunicação de massa. *E-Compós*, [S. l.], v. 9, 2007. DOI: 10.30962/ec.177. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/177>.

DEAN, Jodi. Capitalismo comunicativo e luta de classes. *Lugar Comum—Estudos de mídia, cultura e democracia*, n. 61, p. 115-138, 2010.

DOS SANTOS, L. C.; TOMAZ, R.; DIENSTBACH, D.; MATOS, E.; SANCHES, D. Discurso de ódio on-line: uma análise das políticas das plataformas digitais para moderação de conteúdo. *E-Compós*, [S. l.], v. 26, 2023. DOI: 10.30962/ec.2709. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/2709>.

DOWNING, John D. H. **Mídia radical: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais**. 2ª edição. São Paulo: editora Senac, 2004.

FAUSTINO, Deivison; LIPPOLD, Walter. **Colonialismo digital: Por uma crítica hacker-fanoniana**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2023.

HARDT, Michael: Multiple temporalities of the movements. **Triple-C: Communication, Capitalism & Critique**, vol.15, n.2, pp.390–392, 2017.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009

LENIN, Vladimir I. **Propaganda e agitação**. Moscou: Progresso, 1984

LENIN, Vladimir. **Por onde Começar**. 1901. Disponível em: <https://ceppes.org.br/biblioteca/biblioteca-marxista/lenin/por-onde-comecar-1901-1>

LENIN, Vladmir, **Estratégia e tática da hegemonia proletária**. São Paulo: Lavrapalavra, 2023

MARINHO, J. V. (Org.). **Comunicação, Hegemonia e Contradição**. Universidade Federal de Minas Gerais, 2010.

MARX, Karl. **A Ideologia Alemã**. São Paulo: Expressão Popular, 2009.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Editora Cultrix, 1969.

MONTARDO, S. P. Consumo digital e teoria de prática: uma abordagem possível. **Revista FAMECOS**, [S. l.], v. 23, n. 2, p. ID22203, 2016. DOI: 10.15448/1980-3729.2016.2.22203. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/22203>.

MONTARDO, S.; FRAGOSO, S.; AMARO, M.; PAZ, S. Consumo digital como performance sociotécnica: Análise dos usos da plataforma de streaming de games Twitch. **Comunicação Mídia e Consumo**, [S. l.], v. 14, n. 40, p. 45–67, 2017. DOI: 10.18568/cmc.v14i40.1301. Disponível em: <https://revistacmc.espm.br/revistacmc/article/view/1301>.

MORAES, Denis. **Crítica da Mídia e Hegemonia Cultural**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.

PAZ, Samyr; MONTARDO, Sandra. Performance play: consumo digital como performance no streaming de games da plataforma Twitch. **Revista Fronteiras**, v. 20, n. 2, 2018.

PERUZZO, Cicília M. K. Aproximações entre a comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço. São Paulo: **Revista Galáxia**, 2009

_____. **Possibilidades, realidade e desafios da comunicação cidadã na web**. São Paulo: Matrizes, 2018.

RAMALHO, R.; MAIA, K. . .; GRADIM, A. Midiativismo e mídia alternativa: congruências e particularidades no contexto das tecnologias da informação e comunicação. **E-Compós**, [S. l.], v. 24, 2022. DOI: 10.30962/ec.2345. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/2345>.

SAID, Edward. **Humanismo e crítica democrática**. São Paulo, Companhia das Letras, 2007.

SIMEÃO, D. A.; AMARANTE, M. de F. S. Midiativismo à brasileira:: apontamentos sobre sujeito e poder. **Culturas Midiáticas**, [S. l.], v. 13, n. 2, p. 223–241, 2020. DOI: 10.22478/ufpb.1983-5930.2020v13n2.46786. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/index.php/cm/article/view/46786>.

SODRÉ, Muniz. **A ciência do comum: Notas para o método comunicacional**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014

WILLIAMS, Raymond. **Televisão: tecnologia e forma cultural**. São Paulo: Boitempo, 2016.