

O CINISMO COMO ESTRATÉGIA MIMIÁTICA DA EXTREMA-DIREITA BRASILEIRA: UMA ANÁLISE DOS CANALS MAMÃE FALEI E GABRIEL MONTEIRO

*CYNICISM AS A MEDIA STRATEGY OF THE BRAZILIAN FAR-RIGHT: AN
ANALYSIS OF THE CHANNELS MAMÃE FALEI AND GABRIEL MONTEIRO*

*EL CINISMO COMO ESTRATEGIA MIMIÁTICA DE LA EXTREMA DERECHA
BRASILEÑA: UN ANÁLISIS DE LOS CANALES MAMÃE FALEI Y GABRIEL
MONTEIRO*

*Original recebido em: 16 de outubro de 2024
Aceito para publicação em: 04 de fevereiro de 2025
Publicado em: 20 de dezembro de 2025*

Janaine Aires
Universidade Federal da Paraíba, PB, Brasil

Beatriz Pires Madruga
Universidade Federal do Rio Grande do Norte, RN, Brasil

Ederson Levi Rodrigues da Costa
Universidade Federal do Rio Grande do Norte, RN, Brasil

Antonio Hélio da Cunha Filho
Universidade Federal de Pernambuco, PE, Brasil

As informações completas das pessoas autoras estão no final do artigo

RESUMO

Este artigo analisa a ascensão da extrema-direita no Brasil a partir da atuação de youtubers conservadores, com foco no cinismo político como estratégia discursiva. O objetivo é investigar como tal cinismo contribui para a deslegitimação da política e a corrosão democrática. Utiliza-se a Análise de Discurso Francesa, com corpus formado por vídeos de Gabriel Monteiro e Arthur do Val durante a pandemia. Os resultados revelam performances marcadas por ironia, escárnio e violência simbólica. Conclui-se que o cinismo político, aliado ao discurso de ódio, fomenta uma racionalidade cínica que fragiliza o debate público e consolida uma sociedade incivil nas redes.

Palavras-chave: Cinismo; Política; Extrema-direita; YouTube; Comunicação.

ABSTRACT

This article analyzes the rise of the far right in Brazil through the actions of conservative YouTubers, focusing on political cynicism as a discursive strategy. The objective is to investigate how such cynicism contributes to the delegitimization of politics and the erosion of democracy. The study employs French Discourse Analysis, using a corpus composed of videos by Gabriel Monteiro and Arthur do Val during the pandemic. The results reveal performances marked by irony, mockery, and symbolic violence. It concludes that political cynicism,

combined with hate speech, fosters a cynical rationality that undermines public debate and reinforces an uncivil society on digital platforms.

Keywords: Cynicism; Politics; Far-right; YouTube; Communication.

RESUMEN

Este artículo analiza el auge de la extrema derecha en Brasil a través de la actuación de youtubers conservadores, con énfasis en el cinismo político como estrategia discursiva. El objetivo es investigar cómo dicho cinismo contribuye a la deslegitimación de la política y a la erosión de la democracia. Se utiliza el Análisis del Discurso Francés, con un corpus compuesto por videos de Gabriel Monteiro y Arthur do Val durante la pandemia. Los resultados revelan actuaciones marcadas por la ironía, la burla y la violencia simbólica. Se concluye que el cinismo político, junto con el discurso de odio, fomenta una racionalidad cínica que debilita el debate público y consolida una sociedad incivil en las redes.

Palabras clave: Cinismo; Política; Extrema derecha; YouTube; Comunicación.

1. INTRODUÇÃO

A ascensão da extrema-direita no mundo é um fenômeno sociopolítico profundamente midiático e disruptivo. Os episódios políticos mais recentes são indicativos de uma ruptura dos padrões, dos modelos e da linguagem política e midiática global. Transformações que se alicerçam no discurso e que se projetam especialmente via plataformas de comunicação como *YouTube* e aplicativos de mensagens instantâneas como o *Whatsapp*.

Nesse contexto de redes sociais, a coleta massiva de dados, o desenvolvimento de algoritmos cada vez mais sofisticados e opacos e a influência das *Big Techs* sobre a opinião pública começam a minar os direitos humanos, a privacidade e a própria soberania dos Estados (Morozov, 2018). Conseqüentemente, o uso desses espaços digitais, não só pelas empresas de tecnologia, mas também por usuários polarizados, constrói uma dinâmica que cria as condições para o surgimento de ações discursivas desinformativas e criminosas.

O discurso de ódio e a sistemática descaracterização da atividade política contribuíram para o crescimento da representatividade conservadora. No entanto, as nuances discursivas obedecem a padrões do formato dos suportes adotados. Este artigo adiciona a este debate uma reflexão sobre o *cinismo político* de *youtubers* associados ao espectro político conservador no Brasil. Partimos da hipótese de que o *cinismo político* constitui uma estratégia central na comunicação da extrema-direita brasileira,

funcionando como forma de desmobilização do debate racional, legitimação da violência simbólica e corrosão dos compromissos democráticos.

Na conceituação de *cinismo político* adotamos a perspectiva de Natalia Roudakova (2017), cujas bases de pesquisa são desenvolvidas especialmente no contexto conservador russo e na crise de autoridade do jornalismo deste país fortalecido nos anos 2000. Para a autora, o conceito de *cinismo político* é fluído e compreendido, em linhas gerais, como uma violação dos próprios ideais pelos interlocutores. Trata-se sobretudo de um fenômeno de desinibição política. Vladimir Safatle (2024) associa a ascensão fascista no Brasil à generalização de modelos de racionalidade cínica, cuja normatividade carrega, em si, sua própria negação. Trata-se da consciência da impotência das próprias enunciações, que misturam seriedade e ironia em um contexto marcado pela ironização absoluta das condutas. Para o autor, não por acaso, as atuais lideranças autoritárias são, em sua maioria, figuras cômicas e paródicas, com profundas raízes nos meios de comunicação de massa. Ao transitar entre a caricatura e a estereotipia, e ao nos fazer duvidar da seriedade do que está sendo dito, o *cinismo político* impõe uma nova forma de fazer política. Como aponta Safatle, “a comicidade cínica é uma formação bem-sucedida de compromisso. Ela permite preservar comportamentos dos mais brutais, ao mesmo tempo que abre uma distância possível entre enunciado e enunciador, entre discurso recebido e posição de receptor” (Safatle, 2024, p. 13-14). Assim, o *cinismo político* viabiliza, simultaneamente, comportamentos brutais e distanciamento afetivo — entre o que é dito e quem diz, entre o discurso e seu receptor.

Neste sentido, o discurso de ódio se articula como uma das formas mais eficazes e visíveis dessa racionalidade cínica. Liriam Sponholz (2020) defende que, mesmo que não deva ser tratado como um sinônimo da Comunicação Política da extrema-direita, o discurso de ódio se manifesta como uma agenda, isto é, um conjunto de pautas ou *issues*, e não apenas como xingamentos ou ameaças públicas aleatórias. Trata-se de antinomias e não de um antagonismo: “em uma antinomia, os polos são determinados por definição, e não por posição. Assim, as pessoas são atingidas pelo que são, e não pelo que pensam” (Sponholz, 2020, p. 225). Não se trata de um antagonismo político em que se diverge, mas se respeita e reconhece o adversário. Ao excluir e depreciar, o discurso de ódio ultrapassa a polarização e promove a desintegração social. As

plataformas favorecem a constituição deste ambiente, pois o ódio engaja, entretém e, assim, desdemocratiza.

Gerado entre o *cinismo político* e o discurso de ódio, este regime de subjetividade oportuniza o que Muniz Sodré denomina como sociedade incivil (Sodré, 2021), um modelo de sociabilidade marcado pela fragilização do espaço público, pela degradação do diálogo e pelo predomínio de afetos como o medo, o ressentimento, o ódio, o rancor e a indiferença. Em vez da busca por consensos vinculativos capazes de estabilizar a vida social, o que se impõe é um ambiente discursivo centrado na desautorização, na performatividade e na brutalidade simbólica que substitui o compromisso democrático.

A racionalidade cínica, nesse quadro, opera como cimento da sociedade incivil, tornando aceitável o inaceitável sob a aparência da ironia, do riso ou da indiferença. Assim, a ascensão da extrema-direita, nesse cenário e através da mídia, explora as brechas da linguagem democrática para corroer os fundamentos do próprio regime democrático. É justamente por isso que tal fenômeno se mostra disruptivo: ao subverter o sentido das instituições e das práticas comunicacionais democráticas, a extrema-direita rompe com os pactos mínimos de convivência política e social, impondo uma nova lógica discursiva baseada na ambiguidade, no cinismo e na deslegitimação sistemática do outro.

Para refletir sobre este fenômeno, adotamos como recorte dois canais de *YouTube* de políticos vinculados ao espectro conservador, a saber: Gabriel Monteiro, ex-vereador da cidade do Rio de Janeiro entre 2021 e 2022, ex-policial militar, cujo canal tem 6,2 milhões de inscritos; e Arthur do Val, que adota a alcunha de “Arthur Mamãe Falei”, empresário e ex-deputado estadual de São Paulo eleito em 2018, cujo canal reúne 2,6 milhões de inscritos. Ambos os pesquisados tiveram seus mandatos cassados em 2022 e são vinculados ao Movimento Brasil Livre (MBL).

Monteiro esteve preso entre 2022 e 2025, quando passou a cumprir medidas cautelares, por suspeita de estupro de uma mulher. Além desta ação, o ex-vereador foi denunciado pelo Ministério Público do Rio de Janeiro por abuso de autoridade, ao utilizar as prerrogativas do cargo, para invadir centros de acolhimento infantis para gravar vídeos para suas redes sociais; por perseguir e desacatar um superior; por importunação e assédio contra uma ex-assessora e por filmar relação sexual com uma menor de idade (Villarroel, 2024). Estes processos, somados à exposição vexatória de

pessoas em situação de rua, ensejaram a perda do mandato pela falta de decoro parlamentar em 2022 (G1 Rio, 2022). Já Arthur do Val foi cassado também por quebra de decoro parlamentar em virtude do vazamento de áudios em que o deputado estadual, em uma viagem representando o seu grupo político à Ucrânia para supostamente arrecadar fundos para vítimas da guerra deste país com a Rússia, afirmou que as mulheres ucranianas são fáceis, pois são pobres. Apesar de estar em uma viagem a um país devastado pela guerra, Arthur do Val sugere que as mulheres ucranianas são “*Gold Digger*” – interessadas em relacionamentos por dinheiro e que ao acabar a guerra voltaria para fazer um “*Tour de Blonde*” no país, expressão que significa: turismo de louras. Uma apologia ao turismo sexual. O mandato foi cassado, mas o processo contra o ex-deputado foi arquivado.

Embora ambos se declarem adeptos ao posicionamento político liberal, a presença de traços anticomunistas, patriotismo e a defesa de ideais conservadores no que se refere às liberdades individuais, a concepção de família e ao papel do Estado em seus discursos, faz com que os *Youtubers* assumam características contundentes com a extrema-direita. Segundo Marques (2020), a expressão “ascensão da extrema-direita” veio a apresentar recorrência nos anos 1990, o que faz com que seu uso não corresponda a uma novidade muito recente. A respeito de tal posicionamento político o autor explica: “A classificação de uma força como de “extrema-direita” tem uma conotação negativa e, portanto, costuma ser rejeitada pelos próprios sujeitos por ela abarcados e, além disso, o estabelecimento de uma fronteira rígida com o que seria uma “direita” dentro do “arco democrático” nem sempre é fácil” (Marques, 2020, p.8).

Esta perspectiva faz alusão a possibilidade de uma negação do próprio posicionamento político, pela conotação negativa que este pode carregar. Neste trabalho, compreendemos o *cinismo político* como uma estratégia discursiva marcada pela recusa do compromisso com a verdade, pela ironia constante e pela naturalização da brutalidade sob a aparência da informalidade ou do humor. Tal cinismo opera uma desresponsabilização ativa do enunciador, desfazendo os vínculos entre discurso e ação, entre fala e consequência. Em contextos de extrema direita, ele se apresenta como uma forma de descrédito institucional e do próprio processo democrático por meio de performances baseadas na ambiguidade, no escárnio e na ridicularização do outro político.

Nos canais de *YouTube* de Gabriel Monteiro e Arthur do Val, é possível identificar marcas claras do *cinismo político* em suas formas comunicacionais: o uso de humor agressivo, o confronto teatral com inimigos imaginários, a produção de cenas performáticas que os colocam como heróis contra uma ordem corrupta. Essas performances oscilam entre a paródia e a violência simbólica, reforçando a racionalidade cínica como modo dominante de interpelar o público.

Adotamos a Análise de Discurso Francesa como método e desenvolvemos nossa investigação considerando a Pandemia de Covid-19 como base para a elaboração do recorte temporal de nosso *corpus*, conforme descreveremos detalhadamente nas próximas seções. Como percurso, inicialmente, refletimos sobre o papel do *YouTube* e sua estrutura algorítmica como um possível contribuinte para a expansão da extrema-direita na plataforma. Na sequência, discorreremos sobre os aspectos metodológicos e, por fim, apresentamos a análise do cinismo político nos canais indicados.

2. YOUTUBE COMO UM ESPAÇO MIDIÁTICO APROPRIADO PELA EXTREMA-DIREITA

A partir de 2015, o aumento da politização da vida cotidiana e o aprofundamento da radicalização ideológica configuraram uma dinâmica política que ultrapassa as instituições formais e se manifesta nas mais diversas formas de interação social. Neste contexto, adotamos o termo "extrema-direita" para identificar os grupos que atuam tanto no ambiente digital quanto na política brasileira, dada a sua clara associação com ideias e práticas características desse espectro ideológico. Essas dinâmicas fazem parte do que alguns estudiosos vêm entendendo como um movimento mundial concebido como “*Alt-right*” ou “Nova Direita” (Nagle, 2017).

O surgimento do movimento *alt-right* foi um fenômeno digital impulsionado pela insatisfação com a política tradicional, capturando a atenção das classes mais populares e trabalhadoras que sofrem com as consequências do capitalismo tardio. O movimento baseou-se em ideias clássicas da extrema-direita, ganhando força e visibilidade através da internet. A cunhagem do termo veio por movimentos extremistas e supremacistas estadunidenses, dando um nome e uma identidade a um grupo de ideias que, até então, eram latentes nas camadas mais conservadoras (Nagle, 2017).

A *alt-right* utilizou as mídias digitais para criar seu próprio ecossistema de informação, com sites, blogs e canais de *YouTube* que funcionam como uma "alternativa" à mídia tradicional. Os discursos, camuflados de revolucionários e antissistêmicos, apenas reproduzem, em um tom de agressividade e descontentamento, as normatividades estabelecidas pelas elites sociais, econômicas, raciais e de gênero, que legitimam narrativas que não rompem com o sistema já estabelecido e aprofunda as desigualdades (Pinheiro-Machado, 2025). Esse disfarce tem íntima relação com as estratégias que tais grupos usam, como, por exemplo, o cinismo, analisado neste trabalho.

No Brasil, esse processo tem características próprias, mas, no geral, mantém seu enfoque em uma relação íntima entre conservadores e neoliberais. Eles percebem e usam a natureza volátil das redes sociais e de seus algoritmos para inflar o debate público, fragmentando movimentos ao passo que mantêm o fisiologismo político e institucional. Esses movimentos populistas digitais da *alt-right* encontram no ecossistema midiático brasileiro, extremamente conectado, um ambiente propício para a proliferação de suas ideias (Cesarino, 2021).

Nesse panorama, como uma ferramenta protagonista desta coalizão entre politização e comunicação digital, o *YouTube*, é uma desses espaços utilizados por essa “nova direita”. A plataforma de compartilhamento de vídeos teve seu crescimento substancial a partir do ano de 2015. Segundo dados da pesquisa *Think With Google* (2017), entre os anos de 2015 e 2017, mais de 98 milhões de brasileiros ingressaram como usuários ativos da plataforma, o que equivale a um crescimento de 54% em dois anos. A rede social ganha esse impulso de popularidade em virtude de suas dinâmicas, afinal podemos observar:

[...] uma miscelânea de conteúdos variados, que dialogam uns com os outros ou que deles se distinguem completamente. Tais conteúdos são produzidos desde sujeitos do cotidiano e, por meio da convergência midiática em que mídias tradicionais e novas mídias colidem e, sobretudo, fundem-se, também, pelas grandes corporações. (Mello, 2018, p. 113)

As características do *YouTube*, assim como outras redes sociais, mostram que esses espaços se tornaram palco do debate público. Trata-se de “um mecanismo para amplificar discursos, com conteúdos selecionados com base em um algoritmo e sistema de recomendação” (Kleina e Sampaio, 2021), apesar de não ter sido pensado

como uma ferramenta de estratégia política, mas sim como um dispositivo de distribuição de vídeos, visando especialmente o entretenimento. A própria dinâmica da plataforma, assim como das outras mídias sociais, se baseia nos algoritmos visando um crescimento simbólico e financeiro, conseqüentemente, as possíveis violações de conduta de usuário, dos Direitos Humanos ou de legislações, podem ser relevadas pelo engajamento que os conflitos proporcionam. Esse retorno de audiência é o que permite a manutenção, ganho de capital e a relevância dessas plataformas.

Esta plataforma representa uma mudança midiática significativa. Para Stuart Cunningham e David Craig (2019), essa nova ecologia de telas pode ser dividida em dois grandes grupos: 1) Plataformas que dependem de conteúdo profissional, como *Hulu, Amazon, Apple's, Itunes, Netflix*; 2) Plataformas que dependem do conteúdo produzido por usuários: *Facebook, Twitter, Twitch, Instagram e Snapchat*, por exemplo. O *YouTube* seria, para estes autores, uma plataforma que hibridiza características destes dois tipos, já que se articula em conteúdo gerado por usuário, bem como em conteúdo profissional, agregando ainda *affordances* de mídias sociais. Considerando dados de 2023, podemos apontar que a *Netflix* e o *YouTube* respondem por mais de 50% do tráfego de internet em horário nobre nos Estados Unidos (Sandvine, 2023). Quando pensamos no cenário brasileiro, segundo levantamento da Kantar Ibope Media, 26% dos produtos audiovisuais consumidos em território nacional foram por meio de plataformas *online*. Desse montante, 16,1% foram no *YouTube* (Kleina, 2024). Ainda sobre a penetração da plataforma do *Google* no Brasil, de acordo com o banco internacional de dados *Statista*, 142 milhões de usuários assistiram a vídeos no país apenas no primeiro semestre de 2023, tornando os brasileiros o terceiro maior grupo de consumidores em todo o mundo (Forbes, 2023).

O crescimento do *YouTube* no ambiente digital coincide com o processo de retomada do poder da extrema-direita em todo mundo, depois de um período em que perdeu forças, especialmente no começo do século XXI (Negri e Igreja, 2020). As duas ascensões, extrema-direita e mídias sociais, têm como prerrogativa principal a manutenção das tensões, para um engajamento prático e/ou simbólico. Esse cenário é ainda mais perceptível quando o campo da extrema-direita está aliado a uma política institucional populista (Sanchez Frias, 2021).

Empoli (2019) afirma que essa relação de políticas de direita com os espaços

de mídia digital é o casamento da cólera com o algoritmo, e que a manutenção do seu poder político passa pela estruturação de diversas formas de desinformação como a deslegitimação dos mecanismos da imprensa tradicional; a permissão e/ou propagação de notícias falsas e discursos de ódio; a escolha de inimigos comuns; entre outros fatores. Isso engendra comportamentos específicos de sujeitos e ideologias que crescem, sem muitas dificuldades, a partir do caos e do que Sanches Frias denomina como “conexão explosiva”, como sugere o trecho a seguir:

[...] uma ligação fortíssima entre as bases conceituais do populismo e as das plataformas digitais. Ambas se interrelacionam e se potencializam. O populismo se alimenta dessa tensão. Ao se apoiar em temas que dividem a opinião pública, acionam a dinâmica das redes digitais, cujas linhas mestras são o engajamento, a intolerância e a polarização. Daí a conexão explosiva. (Sanches Frias, 2021, p. 27)

Pensando em “tal casamento” e nas consequências para o espaço midiático e político, Kleina e Sampaio (2021) comentam que o poder da direita no ambiente digital, particularmente no *YouTube*, é consolidado. Os autores destacam que há uma “heterogeneidade dos discursos em forma e conteúdo, porém com um alinhamento ideológico mais homogêneo” (Kleina e Sampaio, 2021, p. 198).

Além disso, retomando o debate sobre a ascensão de uma nova-direita, é importante expor a relação simbiótica com as redes sociais desse movimento. Conforme estabelece Levitsky e Zyblatt (2018), a nova-direita opta por utilizar das redes sociais como principal forma de ampliar o alcance do seu discurso. Para Howley (2017), a nova-direita adotou estratégias de comunicação a fim de ampliar o alcance do seu discurso na internet, como o uso da ironia e do humor, de maneira a propagar suas mensagens, altamente ideológicas, de uma maneira engraçada e acessível à população. Nessa linha, vale também elencar aqui o uso do cinismo como uma de suas estratégias midiáticas.

A nova-direita conquista visibilidade significativa por meio da adoção deliberada de discursos polêmicos e provocativos, que atraem a atenção da mídia. A televisão, em especial, tem se mostrado receptiva a esses conteúdos ao incorporar temas e narrativas que emergem nas redes sociais, muitas vezes sem a devida mediação crítica. Nesse sentido, programas televisivos funcionam como um canal de amplificação dessas pautas e incorporando em suas dinâmicas os serviços de

“*catering* e *delivery*”¹ oferecidos pelas plataformas digitais. Com isso, a nova-direita consegue projetar seus discursos no espaço midiático tradicional e nas redes sociais.

Portanto, sabendo dessa simbiose discursiva, mostra-se primordial entender quais são os mecanismos usados pelos criadores de conteúdo (*youtubers*) apontados, tendo em vista que suas estratégias comunicacionais, mostram-se efetivas frente a dinâmica do *YouTube*. Nossa hipótese indica que o *cinismo político* tem o potencial de se comportar como uma estratégia discursiva importante para a inserção e o crescimento da extrema-direita na plataforma, considerando sua dinâmica e suas políticas de regulação.

3. METODOLOGIA

Para realização e cumprimento dos objetivos que almejamos neste artigo, delimitou-se como recorte temporal o intervalo da pandemia de Covid-19 no Brasil, especificamente o ano de 2020, período em que houve um maior debate acerca das políticas a serem tomadas no intuito de combater a nova doença. Tal escolha se justifica pela relevância do assunto e o forte engajamento político que gerou. A partir deste recorte, foi possível investigar uma amostra mais reduzida dentro do grande volume de vídeos presentes em ambos os canais, proporcionando assim um melhor manuseamento dos dados, além de garantir a objetividade dos fins propostos.

A identificação do conteúdo foi realizada através de uma busca manual na página de “envios” dos canais estudados, utilizando palavras-chaves como “pandemia” e “*covid-19*”. Com isso, foram encontrados 20 vídeos do canal “Mamãe falei” e 7 vídeos do canal “Gabriel Monteiro” durante o ano de 2020.

Feita a primeira triagem, adotou-se o número de visualizações como o segundo critério de seleção dos vídeos. Com a amostra definida, seguimos pelo caminho da Análise de Discurso, considerando exclusivamente aquilo que foi dito, sem levar em consideração marcas audiovisuais, comentários de usuários ou elementos paralinguísticos. Por fim, as falas categorizadas enquanto cínicas,

¹ *Catering* pode ser traduzido como “selecionar” e se refere ao processo de curadoria de conteúdos, neste caso produções que já estão circulando nas redes sociais, como vídeos virais, discursos polêmicos, memes, *hashtags* e manifestações de figuras públicas, especialmente produzidas para a polêmica e o engajamento. Já *Delivery* se refere a “entrega”, isto é, o processo de reempacotamento e distribuição, ampliando o alcance do conteúdo televisivo nos ambientes digitais.

conforme os conceitos de Natália Roudakova (2017), foram transcritas e inseridas em uma tabela, para proporcionar o desenvolvimento da análise e uma compreensão melhor dos leitores.

Assim, a primeira base metodológica utilizada neste trabalho foi a pesquisa qualitativa, por meio da qual o material selecionado foi analisado com base no método Estudo de Caso. A partir de então, recorreremos à Análise de Discurso, um método que parte de diferentes escolas e tradições. Para o presente trabalho, optou-se por utilizar a Análise de Discurso Francesa, considerando assim, a linguagem como uma forma complexa de comunicação, que permeia diversas camadas. Entre estas, o fato de que a linguagem atua de maneira ativa nas práticas do cotidiano, cerceada por posicionamentos e vivências de indivíduos, que termina por sintetizar novos entendimentos e sentidos em cada circunstância. Afinal,

A linguagem enquanto discurso não constitui um universo de signos que serve apenas como instrumento de comunicação ou suporte de pensamento; a linguagem enquanto discurso e interação, e um modo de produção social; ela não é neutra, inocente e nem natural, por isso o lugar privilegiado de manifestação da ideologia (Brandão, 2006, p. 11)

A partir disso, é necessário adentrar ao cerne da tradição francesa na Análise de Discurso. Para isso, foram utilizadas em conjunto a base teórica do estruturalismo e do materialismo histórico, ao mesmo tempo em que se fez uso da Escola de Frankfurt e da própria filosofia marxista (Carvalho, 2013). A pesquisa foi realizada a partir da análise de signo, enunciação e ideologia, na qual o signo é visto como a primeira unidade de um discurso, sendo, obrigatoriamente, uma unidade móvel, a enunciação remete ao contexto geral em que determinado discurso foi proferido e a ideologia se coloca como instrumento de dominação, por meio do qual se constitui em uma forma de agir (Carvalho, 2013).

Para o encaminhamento da pesquisa foi essencial considerar aquilo que Orlandi (1999) chama de condições de produção do discurso, a partir do qual se mostra necessária a avaliação do contexto social e político que se conecta àquele determinado discurso, explanando possíveis associações ideológicas daquele objeto, ao passo em que reafirma as condições geopolíticas desse discurso para que seja possível aferir traços ideológicos e interdiscursivos.

Nessa linha, outro conceito central para o entendimento do trajeto

metodológico deste trabalho é o interdiscurso, explicitado por Orlandi (1999, p. 32–33), como um fenômeno que consiste na inexistência de um discurso isolado. Pelo contrário, existe um eixo verticalizado em que todos os discursos já proferidos estão elencados, estes, por sua vez, se relacionam e produzem novas sínteses.

A categorização das análises também abordou os apontamentos sobre cinismo trazidos por Roudakova (2017) e Sloterdijk (1987). Em especial os conceitos de *cinismo dos poderosos* e *cinismo de dominação* que tratam, respectivamente, sobre a ação de certos atores ligados à política mostrarem desconfiança em relação a pronunciamentos ideológicos, de modo a evidenciar um distanciamento ideológico improvável; e a maneira como certos atores políticos abdicam de seus próprios ideais a fim de manipular as pessoas.

Em outras palavras, as análises apontaram uma série de discursos e camadas identificadas nos vídeos dos *youtubers* Mamãe Falei e Gabriel Monteiro, para assim compreender o uso do cinismo como uma ferramenta política para ambos.

4. ANÁLISE DO CINISMO NOS CANAIS GABRIEL MONTEIRO E MAMÃE FALEI

Conforme destacamos a análise da pesquisa foi feita a partir dos canais Gabriel Monteiro e Mamãe Falei. O primeiro foi vereador do Rio de Janeiro de 27 anos, eleito em 2020 com 60.326 votos, o terceiro mais votado do município. Detentor de 6,2 milhões de inscritos² em seu perfil, o ex-policial militar se considera liberal e conservador. Ganhou destaque nas mídias sociais pelo conteúdo de seus vídeos, retratando a suposta realidade da sua profissão, a partir de denúncias e vistorias em locais públicos como Unidades de Pronto Atendimento.

Já Arthur Moledo do Val, também conhecido como Mamãe Falei, é empresário e ex-deputado estadual de São Paulo eleito em 2018 pelo partido Democratas. Segundo o site oficial da Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo³, o ex-deputado, “indignado com a realidade brasileira hostil, a inovação e exploração do seu potencial criou um canal no *YouTube* com vídeos propositivos,

² A inscrição no canal permite que os vídeos publicados nele apareçam no *feed* do usuário. Além disso, a plataforma pode enviar notificações quando algum vídeo novo for publicado no canal.

³ Biografia disponível para acesso em: ALSP. Biografia – Ex-parlamentar Arthur do Val 19ª Legislatura. Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo. São Paulo, 2025. Disponível em: <https://www.al.sp.gov.br/deputado/?matricula=300611>. Acessado a 13 ago. 2025

explicativos e de enfrentamento em campo daqueles que pensam completamente diferente” (ALSP, 2025).

O *Youtuber* segue produzindo vídeos e se posicionando sobre os mais diversos assuntos políticos através do seu canal criado em maio de 2015, contando com mais de 2,6 milhões de inscritos e somando mais de 528 milhões de visualizações. Ao contrário do ex-policial Gabriel Monteiro, o *youtuber* Mamãe Falei rompeu com o ex-presidente Jair Messias Bolsonaro.

4.1 Gabriel Monteiro

O primeiro vídeo analisado tem o título de “Bolsonaro acabou?! Mandetta foi injustiçado?” (2020), publicado em 17 de abril de 2020, apresentando mais de 161.417 visualizações no dia 19 de julho de 2022 e duração de 8 minutos e 58 segundos. Neste vídeo, Gabriel Monteiro fala acerca da exoneração do ex-ministro de saúde do governo Bolsonaro, Luiz Henrique Mandetta, expondo motivos que supostamente justificam a decisão do ex-presidente.

Para o melhor entendimento da presente análise, fizemos uma síntese do vídeo elencando algumas frases proferidas relativas ao tema da pandemia, além do tempo de duração em que se elas podem ser encontradas e o respectivo contexto a qual a fala se refere, sistematizadas no quadro 01.

TRECHO	TEMPO NO VÍDEO	CONTEXTO
“Mandetta foi o responsável por negligenciar os números positivos dos leitos brasileiros e pessoas curadas do COVID-19”	3:10	Número de leitos especializados e pessoas recuperadas do COVID-19
“Precisamos que a máquina pública não fique inerte e o que está acontecendo é que a economia do Brasil está quebrando.”	4:18	Reflexo econômico a partir do isolamento social
“Gerou desconfiança e desacreditou dos métodos de melhorias de pacientes pela Cloroquina”	5:47	Uso da Cloroquina como medicamento para a COVID-19
“Politicizou muito a ciência e a saúde”	6:53	Uso político da pandemia de COVID-19

Quadro 01 - Falas extraídas do vídeo de Gabriel Monteiro. Fonte: Elaboração própria.

De acordo com dados disponibilizados pelo JHU CSSE COVID-19, no dia 17 de abril de 2020 tivemos a identificação de 3.257 novos casos de COVID-19 em todo o Brasil. O país vivia, naquele momento, o que a comunidade científica chamou de primeira onda do Coronavírus, ocorrida do dia 23 de março de 2020 até o dia 07 de

novembro do mesmo ano (Moura et al, 2021). Durante esse primeiro período da pandemia, o Brasil teve média móvel acima de 1.000 mortos por dia. Em comparação com outros países, de acordo com uma série de indicadores apresentados pelo G1⁴, o Brasil esteve em atraso em relação ao combate do COVID-19.

Além disso, havia um claro embate político-ideológico entre o ex-ministro Henrique Mandetta e o presidente Jair Bolsonaro, especialmente no que se refere às maneiras de lidar com a pandemia. Vale citar neste caso, com maior ênfase, a questão do isolamento social e a utilização de Hidroxicloroquina para o combate ao vírus. Apesar do momento histórico que estava sendo vivido, em que ainda não havia uma certeza acerca da forma como lidar com o COVID-19, havia entendimento unânime acerca do isolamento social. Nesse sentido, a Organização Mundial de Saúde, realizou um pronunciamento oficial⁵ em que recomendou esse método, além de cobrar aos governos a garantia de renda e bem-estar para a população. Dito isso, configurava-se, um embate claro entre o cientificismo e o movimento anticiência.

A partir da contextualização geral abordada, de antemão é possível identificar uma inconsistência no discurso de Gabriel Monteiro, ao passo que alega que o Brasil apresenta, àquela época, números positivos em relação ao COVID-19. Quando tratamos acerca do cenário dos leitos oferecidos para o tratamento do COVID no Brasil é possível fazer uma análise semelhante, visto que o Brasil apresentava números críticos tanto em relação aos leitos gerais quanto aos leitos de UTI, apresentando números comprometedores em todas as regiões brasileiras (Noronha et al, 2020). Nesse caso, é identificado o *cinismo dos poderosos*, uma vez que é praticado por uma pessoa dentro da política, em que os interlocutores, tratados como inferiores, são coagidos a se adequar ao discurso ideológico do “poderoso” (Roudakova, 2017, p.162).

Dando seguimento à análise, assumir que o Brasil está quebrando é falso. Por mais que o Brasil tenha tido uma queda em seu PIB de 4,1% durante o ano de 2020, um levantamento feito pela *Austing Rate*⁶ demonstra que o Brasil ocupou a 21°

⁴ No dia 29 de abril de 2020, o G1 publicou uma reportagem intitulada “Ranking da Covid: como o Brasil se compara a outros países em mortes, casos e vacinas aplicadas, em que expõe uma série de indicadores sobre a pandemia” (Sampaio, 2020).

⁵ No dia 30 de março de 2020, o chefe da OMS, Tedros Adhanom, se pronunciou oficialmente para todo o mundo, afirmando a importância do isolamento social (JN, 2020).

⁶ O jornal Poder 360 publicou uma matéria em que expõe a pesquisa realizada pelo *Austing Rate*, incluindo uma série de gráficos e números com indicadores acerca do desempenho econômico do Brasil durante a pandemia (Ferrari, 2020).

posição econômica entre um grupo de 50 países analisados. Todavia houve, a nível mundial, um recrudescimento da economia, reflexo da pandemia, que resulta, mais uma vez, no cinismo utilizado no discurso do político do ex-policiaI.

Seguindo adiante, Gabriel Monteiro trata sobre o uso da Hidroxicloroquina como remédio para o coronavírus. Naquela época, em abril de 2020, ainda não havia material de estudos necessários para comprovar a eficácia do remédio. Todavia, o cinismo nesta fala caracteriza-se justamente a partir da afirmação da eficácia do remédio.

Como último elemento de análise para o *youtuber*, destacamos um trecho em que o mesmo expõe sua opinião sobre a “politização da ciência”. Por si só, a fala recai novamente em uma falácia, visto que o próprio exerce um cargo na política institucional. A ciência, assim como todas as áreas, está permeada pela política e, não obstante, por ideologias. Especialmente quando assumimos a ideologia compreendida como instrumento de dominação (Carvalho, 2013, p. 10).

4.2 Arthur do Val - Mamãe Falei

O segundo vídeo analisado pela presente pesquisa foi publicado no canal de *Mamãe Falei* no dia 24 de março de 2020 e possui o título “Pronunciamento do Mito”, contando com 883.000 visualizações⁷ e duração de 11 minutos e 43 segundos. No vídeo, Arthur do Val assiste um pronunciamento do presidente Bolsonaro sobre a pandemia, realizando diversas pausas para comentar o que foi dito no discurso, sendo a maioria das suas observações feitas em tom de crítica, revolta e indignação.

Como feito anteriormente, as falas consideradas de destaque também foram elencadas e organizadas no quadro abaixo:

TRECHO	TEMPO NO VÍDEO	CONTEXTO
“ Tá um pouco parecido com o discurso do PT, do nós contra eles. ‘ <i>Só nós estamos certos... estou contra tudo, contra todos, contra o sistema, né?</i> ’ Porque é sempre essa dicotomia, ou é Bolsonaro ou é o sistema.”	2:23	Plano de contenção ao desemprego em massa
“Mesma história, né? Tudo de mal que acontece, ‘ <i>isso aí é fake news da mídia, mídia e PT, tudo de ruim é mídia e PT.</i> ’”	4:01	Crítica do presidente ao posicionamento da mídia durante a pandemia
“Ironiazinha, brother. Ironiazinha num	4:24	Crítica do presidente ao

⁷ Contagem realizada até o dia 13 de agosto de 2025.

pronunciamento oficial”.		posicionamento da mídia durante a pandemia
E é interessante que agora os estudos valem (...) agora qualquer outra orientação tá todo mundo errado, é tudo histeria”.	8:16	Posicionamento do presidente sobre a busca da eficácia da cloroquina como tratamento para a doença

Quadro 2 - Falas extraídas do vídeo de Mamãe Falei. Fonte: Elaboração própria.

O pronunciamento assistido por Arthur do Val através do *YouTube* foi, na verdade, transmitido na TV em rede nacional, no dia 24 de março de 2020, mesma data em que o vídeo alvo desta análise foi publicado no canal de *Mamãe Falei*. Embora o número de mortes na data em que o vídeo foi postado tenha sido inferior ao que foi identificado na data do vídeo de Gabriel Monteiro, com média de 246 novos casos por dia, segundo dados do JHU CSSE COVID-19, o contexto histórico dos dois vídeos se apresenta semelhante. Em março de 2020, já era possível identificar os embates político-ideológicos e os conflitos entre cientificismo e o movimento anti-ciência, mencionados na análise do vídeo de Gabriel Monteiro.

Em um olhar mais geral sobre o vídeo, ainda sem se debruçar sobre as falas elencadas no quadro 2, é possível identificar uma inconsistência de posicionamento, considerando que Arthur do Val demonstrou ser apoiador do atual presidente nas eleições de 2018 e, na ocasião de nossa amostra, dedicou boa parte dos seus vídeos a tecer críticas ao ex-aliado.

Caminhando para a análise específica, as duas primeiras falas de destaque elencadas no quadro apresentam, quando avaliadas em conjunto, marcas do que Roudakova (2017, p.162) denomina como *cinismo de dominação*, que se manifesta quando aquele que está no poder, neste caso o interlocutor, viola seus próprios ideais. Assim, se o ex-deputado critica Bolsonaro por atribuir “tudo de mal que acontece” à mídia e ao PT (Partido dos Trabalhadores), apresenta um comportamento semelhante na primeira fala do quadro, quando insere o partido em sua fala para criticá-lo, mesmo que naquele momento estivesse fazendo um vídeo com o objetivo de condenar o posicionamento de Bolsonaro sobre a pandemia, não sobre o PT.

O mesmo *cinismo de dominação* (Roudakova, 2017) se apresenta na terceira fala do quadro. A ironia utilizada por Bolsonaro e criticada por Arthur do Val é, na verdade, também uma estratégia de comunicação amplamente utilizada pelo ex-deputado. No próprio vídeo analisado é possível identificar trechos em que *Mamãe Falei* faz uso da figura de linguagem, como se observa no trecho “Tá um

pouco parecido com o discurso do PT, do nós contra eles. ‘Só nós estamos certos... estou contra tudo, contra todos, contra o sistema, né?’”.

Por fim, na última fala selecionada, Do Val critica a postura de Jair Bolsonaro de só conferir credibilidade aos estudos científicos nos casos em que lhe interessa. Entretanto, expondo mais uma marca do *cinismo de dominação* (Roudakova, 2017), *Mamãe Falei* demonstrou um posicionamento semelhante em um vídeo publicado no seu canal no dia 30 de julho de 2020, intitulado de “Bilionários Ficaram Mais Ricos Na Crise?” (Do Val, 2020b), no qual critica uma reportagem publicada pela *Carta Capital*, acusando a revista de ter utilizado os dados para mentir. No vídeo, Arthur do Val faz uso dos mesmos dados e coloca uma nova interpretação, de acordo com o seu ponto de vista e das suas crenças. O cinismo como ferramenta política utilizada por Arthur do Val é a representação do que explica o filósofo Žižek (1996, p. 60): “não é uma postura direta de imoralidade; mais parece a própria moral posta a serviço da imoralidade”. Assim, o cinismo não simplesmente renega valores, mas instrumentaliza esses valores para promover interesses próprios, fazendo uma inversão estratégica da moralidade.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da discussão realizada da análise dos vídeos acima, é possível inferir a presença do cinismo como uma ferramenta presente no discurso assumido por ambos os políticos. Com a análise discursiva dos vídeos em cada um dos canais, notamos como o método é utilizado como estratégia política de manipulação perante a sociedade.

O *cinismo político* é uma estratégia discursiva amplamente utilizada para manipular a percepção pública e desviar o foco de responsabilidades, colocando em prática uma forma de comunicação que parece autêntica, mas está embebida de contradições e violações dos próprios valores que o orador aparenta defender. Funcionando não apenas como uma tática discursiva de defesa e ataque, mas também como um mecanismo de dissimulação, onde os próprios valores são apropriados de forma distorcida.

Todavia, é importante frisar, que, apesar de ambos utilizarem o cinismo como uma ferramenta em seus discursos, existe diferença no método utilizado pelos sujeitos estudados. No caso do ex-policial e vereador cassado, Gabriel Monteiro, o

cinismo se expressa a partir da manipulação de seu discurso no intuito de persuadir a população acerca de seu posicionamento, inclusive assumindo dados inverídicos como corretos. Já para o deputado cassado, Arthur Do Val, o cinismo atua no sentido de acusar outros de realizarem aquilo que o próprio reproduz, flexibilizando seu próprio discurso a partir do que lhe convém. Dito isso, é possível afirmar que o cinismo age no sentido de manipular a verdade e contorcer seus ideais com o intuito do convencimento social.

Para que fenômenos como esse não causem impactos tão profundos, especialmente nas relações democráticas e informativas nos territórios, é preciso que existam legislações capazes de identificar essas estratégias e aplicar sanções não só aos autores que criam os conteúdos, mas também às plataformas que continuam a operar e hospedar condutas nocivas aos ambientes institucionais e republicanos.

Por fim, apesar das diferenças elencadas, é importante frisar que a utilização do cinismo como ferramenta discursiva da extrema-direita, reflete-se em uma forma de manipulação que garante aos dois uma possibilidade maior de adesão aos seus discursos, aliado à visibilidade e o alcance que ambos detêm nas mídias.

REFERÊNCIAS

ALSP. Biografia – Ex-parlamentar Arthur do Val 19ª Legislatura. Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo. São Paulo, 2025. Disponível em: <https://www.al.sp.gov.br/deputado/?matricula=300611> Acessado a 13 ago. 2025

BRASIL é o terceiro país com mais usuários do YouTube em 2023. *Forbes*, 2023. Disponível em: <https://forbfe.com.br/forbes-tech/2023/05/brasil-e-o-terceiro-pais-com-mais-usuario-s-do-youtube-em-2023/> Acesso em: 16 de out. de 2024.

CARVALHO, G. Diretrizes para a análise de discurso em jornalismo. *Revista UNINTER de Comunicação, [S. l.]*, v. 1, n. 1, p. 5–27, 2013.

CERIONI, Clara. Após semanas de conflitos, Bolsonaro demite Mandetta. *Exame*. 2022. Disponível em: <https://exame.com/brasil/apos-semanas-de-conflitos-bolsonaro-demite-mandetta/>.

CESARINO, Letícia. Pós-verdade e a crise do sistema de peritos: uma explicação cibernética. *Ilha Revista de Antropologia*, Florianópolis, v. 23, n. 1, p. 73–96, 2021.

CUNNINGHAM, Stuart; CRAIG, David. *Social media entertainment: The new intersection of Hollywood and Silicon Valley*. Nova Iorque: NYU Press, 2019.

DO VAL, Arthur. Pronunciamento do Mito. *Youtube*, 24 de março de 2020a. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=H5lxcE0H5pk&t=39s>> Acesso em 13 de jul. 2022.

DO VAL, Arthur. Bilionários Ficaram Mais Ricos Na Crise? Canal Mamae Falei YouTube. Colorido, sonoro, 10min e 26 segundos. 30 de julho de 2020b. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=0DJLeN--upE>> Acessado a 13 de ago. 2025.

EMPOLI, Giuliano de. *Os Engenheiros do Caos: Como as fakes news, as teorias da conspiração e os algoritmos estão sendo utilizados para disseminar ódio, medo e influenciar eleições*. São Paulo: Editora Vestígio, 2019.

ENTENDA O PODER DO YOUTUBE. *Think with Google*, 2017. Disponível em: <<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/estrategias-de-marketing/video/entenda-o-poder-do-youtube/#:~:text=O%20YouTube%20%C3%A9%20onde%20os,e%20a%20cultura%20%C3%A9%20YouTube.>>. Acesso em: 11 ago. 2025.

FERRARI, Hamilton. Brasil teve 21º melhor desempenho econômico entre 50 países em 2020. Poder 360º, Brasília, 3 de março de 2021. Disponível em: <<https://www.poder360.com.br/brasil/brasil-teve-21o-melhor-desempenho-economico-entre-50-paises-em-2020/>> Acessado a 13 ago. 2025.

FRIAS, E. Sanches de, Inteligencia artificial, desinformación y populismo digital: Cómo las plataformas digitales impulsan los movimientos de extrema derecha. *Razón y Palabra*, v. 25, n. 112, 2022

G1 RIO. Entenda os motivos que levaram Gabriel Monteiro a ser cassado no Rio. *G1 Rio de Janeiro*, 18 de agosto de 2022. Disponível em: <<https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/2022/08/18/entenda-os-motivos-que-levaram-gabriel-monteiro-a-ser-cassado-no-rio.ghtml>> Acessado a 15 de outubro de 2024.

HOWLEY, George. *Making sense of the alt-right*. Columbia University Press. New York, 2017. Disponível em: <https://ebin.pub/qdownload/making-sense-of-the-alt-right-9780231546003.html> último acesso em 10 de ago. 2025.

KLEINA, Nilton Cesar Monastier. SAMPAIO, Rafael Cardoso. “Não sou eu quem está falando”: a retórica de autoridade em vlogs da Direita brasileira no YouTube sobre a vacina contra a COVID-19. *ECOPÓS*, [s. l.], v. 24, n. 2, p. 175-200, 202.

KLEINA, Nilton. YouTube foi plataforma de vídeos online mais vista em 2023 no Brasil, diz pesquisa. *TecMundo*, 2024. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/internet/280461-youtube-plataforma-video-vista-2023-brasil-diz-pesquisa.htm>> Acesso em 16 de out de 2024.

JN. OMS reforça que medidas de isolamento social são a melhor alternativa contra o coronavírus. *Jornal Nacional*, 30 de março de 2020. Disponível em: <<https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2020/03/30/oms-reforca-que-medidas-de>

-isolamento-social-sao-a-melhor-alternativa-contr-o-coronavirus.ghtml> Acessado a 13 ago. 2025

LEVITSKY, S.; ZIBLATT, D. *How democracies die*. New York: Penguin Random House. LLC, 2018.

MARQUES, E.A.B. Crise das democracias liberais: um futuro sem direitos? Elementos para uma perspectiva internacional acerca do projeto da extrema direita. *Vértices*, Campos dos Goitacases, v.22, 2020. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/journal/6257/625764793006/625764793006.pdf>>

MELLO, Yuri Araújo de. Broadcasting yourself: a construção do sujeito por meio da fala de si no YouTube. 174f. *Dissertação* [Mestrado] - Linguística e Língua Portuguesa, Faculdade de Ciências e Letras Campus de Araraquara, Universidade Estadual Paulista, Araraquara, 2018.

MONTEIRO, Gabriel. Bolsonaro acabou?! Mandetta foi injustiçado? *Youtube*, 17 de abril de 2020. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=wgITLPA6mPw>> Acesso em 10 de jul. 2022.

MOROZOV, Evgeny. *Big Tech: a ascensão dos dados e a morte da política*. São Paulo: Ubu Editora, 2018.

MOURA, Erly et al. Disponibilidade de dados públicos em tempo oportuno para a gestão: análise das ondas da COVID-19. *SciELO*: 202. Disponível em: <<https://preprints.scielo.org/index.php/scielo/preprint/view/2316/3905>> Acesso em 19 de jul. 2022.

NAGLE, Angela. *Kill all normies: online culture wars from 4chan and Tumblr to Trump and the alt-right*. Londres: Zero Books, 2017.

NEGRI, Camilo; IGREJA Rebecca Lemos. Desafios e Perspectivas: as ciências sociais diante da ascensão da extrema-direita no Brasil. In: *Congresso Asociación Latinoamericana de Antropología*, 6, Anais Eletrônicos [...] 2022, p. 1015-1024.

NORONHA, Kenya et al. Pandemia por COVID-19 no Brasil: análise da demanda e da oferta de leitos hospitalares e equipamentos de ventilação assistida segundo diferentes cenários. *Cadernos de Saúde Pública*, 2020. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/csp/a/MMd3ZfwYstDqbpRxFRR53Wx/?lang=pt#>> Acesso em 19 de jul. 2022.

OMS REFORÇA QUE MEDIDAS DE ISOLAMENTO SOCIAL SÃO A MELHOR ALTERNATIVA CONTRA O CORONAVÍRUS. *Jornal Nacional*. 30 de março de 2020 Disponível em: <<https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2020/03/30/oms-reforca-que-medidas-de-isolamento-social-sao-a-melhor-alternativa-contr-o-coronavirus.ghtml>> Acesso em 19 de jul. 2022.

ORLANDI, Eni Puccinelli. *Análise de discurso: princípios e procedimentos*. Campinas: Pontes, 1999.

PINHEIRO MACHADO, Rosana. Raiva, sonhos e insubordinação: como a extrema direita e as mídias digitais mobilizam a classe trabalhadora plataformizada. *Horizonte Antropológico*, Porto Alegre, ano 31, n. 73, e730601, set./dez. 2025.

QUEM É GABRIEL MONTEIRO, VEREADOR CARIOCA ACUSADO DE ASSÉDIO MORAL E SEXUAL POR EX-FUNCIONÁRIOS. *G1 Rio*, Rio de Janeiro, 28, março de 2022. Disponível em:
<<https://g1.globo.com/tj/rio-de-janeiro/noticia/2022/03/28/quem-e-gabriel-monteiro.g.html>> Acesso em 19 de jul. 2022.

ROCHA, Lucas. O que são ondas da Covid-19 e por que o Brasil pode estar diante da terceira. *CNN Brasil*. São Paulo, 30 de maio de 2021. Disponível em:
<<https://www.cnnbrasil.com.br/saude/o-que-sao-ondas-da-covid-19-e-por-que-o-brasil-pode-estar-diante-da-3/>> Acesso em 19 de jul. 2022.

ROUDAKOVA, Natalia. *Losing Pravda: Ethics and The Press in Post-Truth Russia*. San Diego: Cambridge University Press, 2017.

SAFATLE, Vladimir. *Cinismo e falência da crítica*. São Paulo: Boitempo, 2024.

SAMPAIO, Lucas. Ranking da Covid: como o Brasil se compara a outros países em mortes, casos e vacinas aplicadas. *G1, Editoria - Mundo*. 29 de abril de 2021. Disponível em:
<<https://g1.globo.com/mundo/noticia/2021/04/29/ranking-da-covid-como-o-brasil-se-compara-a-outros-paises-em-mortes-casos-e-vacinas-aplicadas.ghtml>> Acessado a 13 ago. 2025

SANDVINE. *Global Internet Phenomena Report*, 20 de janeiro de 2023. Disponível em:
<https://www.sandvine.com/press-releases/sandvines-2023-global-internet-phenomena-report-shows-24-jump-in-video-traffic-with-netflix-volume-overtaking-youtube>
Acesso em 31 de julho de 2024.

SLOTERDIJK, P. (1987). *Critique of cynical reason*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

SODRÉ, Muniz. *A sociedade incivil: mídia, iliberalismo e finanças*. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2021.

SPONHOLZ, L. *O papel dos discursos de ódio (online) na ascensão da extrema direita: um aporte teórico*. *Confluências | Revista Interdisciplinar de Sociologia e Direito*, v. 22, n. 3, p. 220-243, 2 dez. 2020.

VILLARROEL, Rafael. Gabriel Monteiro tem pedido de liberdade negado pela Justiça do Rio. *CCN Brasil*, 25 de agosto de 2024. Disponível

em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/gabriel-monteiro-tem-pedido-de-liberdade-negado-pela-justica-do-rio/>> Acessado a 15 de outubro de 2024.

ŽIŽEK, Slavoj. (org). *Um mapa da ideologia*. 1.ed. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996.

Janaine Sibelle Freire Aires

Professora do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Doutora em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. Líder do EPA! - Grupo de Pesquisa em Economia Política do Audiovisual.

Beatriz Pires Madruga

Mestre em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Graduada em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda pela mesma instituição. Integra o EPA! - Grupo de Pesquisa em Economia Política do Audiovisual. E-mail: beatrizpires8@hotmail.com.

Ederson Levi Rodrigues da Costa

Mestre em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Graduado em Jornalismo pela mesma instituição. Integra o EPA! - Grupo de Pesquisa em Economia Política do Audiovisual. E-mail: edersonlevi97@gmail.com.

Antonio Hélio da Cunha Filho

Doutorando em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco. Mestre em Estudos da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Graduado em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela Universidade Estadual do Rio Grande do Norte. E-mail: heliofilho2@hotmail.com.



Esta obra está licenciada com uma Licença
Creative Commons Atribuição-Não-Comercial-CompartilhaIgual 4.0
Internacional