O Reformismo Digital

O fenômeno dos webcomunistas é o resultado de um processo histórico de longo curso, em que a política foi gradualmente transformada em comunicação e o discurso revolucionário em mercadoria. Isso diz respeito aos novos modos de funcionamento da sociedade moderna, que com o século XXI ganha outro peso com relação à comunicação interferindo diretamente nas sociabilidades. Desde as Jornadas de Junho de 2013, a esquerda brasileira viveu um deslocamento profundo: das ruas para as plataformas, da prática para o espetáculo, da luta de classes para a gestão da atenção. O espetáculo se radicalizou. As manifestações de 2013 revelaram, de modo agudo, o esgotamento das formas tradicionais de representação política, inclinando ainda mais a crise partidária e das burocracias institucionais. O velho sistema partidário já não comportava o mal-estar das massas precarizadas, dos trabalhadores informais, dos jovens desiludidos com a promessa do progresso e da democracia. Mas esse esgotamento não gerou um movimento autônomo da classe trabalhadora — gerou um vazio. E como toda vacância histórica, ele foi rapidamente preenchido. A direita soube fazer isso com frieza: organizou um exército de comunicadores financiados, convertendo a indignação popular em ressentimento conservador. O capital, sempre atento à reorganização dos campos de força, investiu pesadamente na guerra informacional. O que antes era militância de rua converteu-se em marketing político. Em poucos anos, figuras e grupos antes marginais tornaram-se formadores de opinião, articulando redes digitais de milhões de seguidores. O fascismo aprendeu a operar com as linguagens do entretenimento, da performance e da afetividade digital.

A esquerda, derrotada na arena institucional, buscou reagir pela via da comunicação. Mas o fez de modo adaptado às mesmas formas de mercado que a direita havia inaugurado. Surgiram os canais de “esquerda”, os youtubers progressistas, os comentaristas marxistas de redes. Sob a aparência de resistência, instalou-se uma simetria: ambos os campos se estruturaram na mesma lógica de visibilidade, engajamento e monetização. Mais tarde, isso resultaria em associação direta com setores reacionários como forma de impulsionar ambas audiências. O fenômeno do webcomunismo nasce nesse terreno. Ele é a fusão entre o marxismo esvaziado e o influenciador profissional. O que antes era trabalho de organização e educação política virou fluxo contínuo de vídeos, debates e polêmicas, cuja principal função é gerar audiência. Os webcomunistas assumem

o papel que outrora cabia aos partidos: produzem a ilusão de direção e totalidade em uma classe dispersa e desorganizada. Mas, diferentemente dos partidos de outrora, já não possuem sequer base militante — apenas público aguardando orientação e respostas prontas.

Em *Sobre a Questão dos Partidos*, Anton Pannekoek identificou esse processo de degeneração com precisão. Ele dizia que os "partidos de opinião", surgidos na decadência do movimento operário, eram agrupamentos que já não representavam a classe, mas apenas concepções fragmentadas sobre ela. Esses partidos existiam como "grupos de opinião" que disputavam a mente dos trabalhadores, substituindo a organização real pela propaganda. O que Pannekoek descrevia em 1932 é o que vemos hoje no YouTube: partidos de opinião personalizados, travestidos de canais. O YouTube é a nova casa parlamentar da esquerda progressista. Cada canal funciona como uma bancada individual, e cada vídeo, como um pequeno discurso de tribuna. O espectador é o eleitor permanente; o engajamento, o voto digital. A diferença é que, agora, o parlamento não se localiza em Brasília, mas no campo algorítmico da plataforma. A forma-partido degenerou na forma-plataforma. Essa lógica produziu seus novos profissionais da política. Jones Manoel, Humberto Mattos e tantos outros representam essa metamorfose: são políticos sem mandato, parlamentares sem cadeira, burocratas da comunicação. Sua função histórica é administrar o descontentamento, transformar a crítica em espetáculo, e a revolta em pedagogia moral. Enquanto a realidade social se degrada, eles produzem conteúdo. Enquanto a exploração se aprofunda, eles ampliam inscritos.

Os podcasts desempenham papel crucial nessa engrenagem. São o palco em que a velha política e a nova se reencontram. Nos grandes estúdios, progressistas e reacionários encenam antagonismos calculados. O fascista e o socialdemocrata se tratam como adversários civilizados, reforçando o pacto de reprodução do espetáculo. Cada debate entre "extremos" é uma operação de higienização ideológica: a esquerda midiática se legitima como "racional", "moderada", "dialogante", enquanto a direita se fortalece pela exposição. Não é por acaso que esses comunicadores têm como horizonte o parlamento burguês. A política institucional segue sendo o centro de gravidade de toda a sua produção. A ideia de disputar eleições aparece como extensão natural da visibilidade conquistada. Aqui reside o núcleo do oportunismo contemporâneo. A comunicação serve de escada para o poder. As audiências são convertidas em capital eleitoral, e a autoridade

digital substitui a experiência de classe. O oportunismo, no entanto, não é novo. Ele é a forma recorrente da adaptação do pensamento socialista à ordem existente.

A via eleitoral e parlamentar não é o caminho da emancipação, mas o calabouço dos trabalhadores. O parlamento é o espaço da representação, e toda representação significa a abdicação da ação direta e da participação popular. O que o proletariado delega, ele perde. O que entrega à burocracia, transforma-se em instrumento contra si mesmo. A história da social-democracia é a história dessa traição contínua. Pannekoek, que viveu e rompeu com ela, compreendeu que a dominação capitalista se renova toda vez que o trabalhador deposita sua confiança em mediadores — sejam eles partidos, sindicatos ou comunicadores. A diferença é apenas formal: todos operam como aparelhos de domesticação. O webcomunismo é o último estágio desse processo. Ele é o reformismo digital, o socialismo da tela, o parlamentarismo do algoritmo.

Os webcomunistas renovam a fé no caminho eleitoral porque não possuem outra prática possível. Sua base social não é o operariado, mas a audiência universitária, os setores médios desiludidos, os nichos progressistas de consumo cultural. Falam em nome do povo, mas vivem da monetização do discurso. Seu horizonte é o Estado, e sua pedagogia é a espera: a espera por uma eleição, por uma reforma, por um novo líder. Eles são, em suma, burocratas da esperança. O burocratismo é o elemento comum entre o partido e o canal. Ambos vivem da separação entre quem fala e quem faz, entre quem dirige e quem trabalha. A figura do youtuber político é a cristalização desse divórcio. Ele representa o proletariado do mesmo modo que o deputado o representa: falando em seu nome, mas sem partilhar de sua vida. Seu trabalho é discursivo, mediado, remunerado pelo capital informacional. Assim como o político profissional depende do financiamento e do voto, o webcomunista depende do algoritmo e do patrocínio.

No fundo, o que eles produzem é consciência mercantilizada. Transformam a crítica em performance, a ideologia em estilo. A radicalidade se torna estética, o socialismo vira identidade de consumo. A “formação política” que oferecem é uma mercadoria como outra qualquer, adaptada ao formato de vídeo, embalado por ironias e memes. Essa pedagogia de massa não emancipa; adestra. O processo histórico é implacável: cada vez que a classe trabalhadora abdica da autogestão, surge uma nova casta de representantes. No início do século XX, foram os dirigentes sindicais e os

deputados socialistas; no século XXI, são os influenciadores e os comentaristas. A lógica é idêntica: o discurso de emancipação serve para justificar a dependência.

Os webcomunistas são, portanto, o rosto visível de uma nova etapa da dominação. Eles traduzem o capitalismo cognitivo para o idioma da esquerda. Em vez de enfrentá-lo, o reproduzem com verniz crítico. O que prometem como "renovação da política" é, na verdade, a sua continuidade. O que chamam de "comunicação popular" é apenas uma nova forma de captura da subjetividade proletária. A história da via eleitoral mostra o destino de todos esses projetos. Toda vez que a esquerda entrou no parlamento, saiu de lá domesticada. A institucionalização é o calabouço dos trabalhadores porque nela o conflito de classe é convertido em negociação e a revolução em gestão. A cada ciclo eleitoral, a esperança é reativada e o fracasso, esquecido. A democracia burguesa funciona como fábrica de ilusões renováveis. O webcomunismo participa dessa engrenagem como publicidade. Ele prepara o terreno ideológico para que o eleitorado progressista continue acreditando que há solução dentro da ordem. Sua função é pacificar o descontentamento. A cada crise, oferece novas figuras de salvação: o deputado radical, o influencer marxista, o candidato antissistema. Todos prometem redenção; todos terminam integrados.

O resultado é a neutralização da crítica. O marxismo, reduzido à retórica de canal, perde sua dimensão revolucionária. O que antes era teoria da práxis se converte em discurso de nicho. O que antes era chamado de luta de classes torna-se debate de mesa redonda. A política é rebaixada à estética da opinião. Contra isso, Pannekoek afirmava que *"a libertação do proletariado é obra do próprio proletariado"*. Isso significa que não há atalhos institucionais, nem mediações redentoras. O caminho da emancipação é a organização direta da classe nos locais de trabalho, nas comunidades, nos conselhos, e não nas telas. Enquanto a política for espetáculo, a revolução será impossível. Os webcomunistas são a face contemporânea do oportunismo. Vivem da administração da impotência e da comercialização do desespero. Representam o ponto terminal de uma longa decadência: a transformação do socialismo em conteúdo e do militante em marca.

Arthur Moura