Webcomunistas:
A Nova Vanguarda do Algoritmo

Vivemos uma era na qual a comunicação deixou de ser apenas um instrumento de mediação entre sujeitos sociais para se tornar, ela própria, a principal mercadoria simbólica do capitalismo contemporâneo. Se Guy Debord alertava que "o espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens" (DEBORD, 1997, p. 14), hoje podemos afirmar que essa relação se tornou onipresente: tudo é passível de espetacularização, inclusive a crítica ao próprio espetáculo. Dentro desse quadro, emerge uma nova figura: o webcomunista. Não se trata de uma identidade organizada ou de um grupo formal, mas de uma função política performada por sujeitos que, ao se apresentarem como críticos do sistema, se tornam agentes simbólicos de sua reprodução sob novas formas. O objetivo deste texto é analisar, à luz do materialismo histórico dialético, os limites estruturais e ideológicos da atuação dessa nova vanguarda digital, que se autoproclama marxista, mas opera no interior da lógica do capital simbólico e da forma-espetáculo. Utilizando como eixos teóricos Karl Marx, Pierre Bourdieu e Guy Debord, argumentaremos que a atuação dos webcomunistas, longe de representar um rompimento com a ordem vigente, atualiza a velha função dos intelectuais orgânicos da conciliação — agora mediados por algoritmos, monetização e jogos de visibilidade.

A explosão do YouTube como plataforma central de circulação de discursos políticos coincidiu com o esvaziamento da vida política real e da organização coletiva. Esse é um dos paradoxos da modernidade. O palco digital substituiu a praça pública, e o debate foi substituído por cortes, reações, memes e títulos como "fulano HUMILHA ciclano". Nesse cenário, o webcomunismo se insere como uma tentativa de disputar corações e mentes a partir do próprio interior da lógica que deveria negar. A esquerda, transformada em nicho de mercado, virou conteúdo. E o marxismo, antes teoria revolucionária da totalidade, virou tag de engajamento, bandeira de thumbnail, jargão domesticado. A crítica não é contra indivíduos, mas contra uma forma específica de atuação política que se diz radical enquanto reforça as engrenagens do espetáculo burguês e suas estruturas de poder. Nosso ponto de partida será sempre Marx, pois como ensinava o velho barbudo, "os filósofos apenas interpretaram o mundo de diferentes maneiras; o que importa é transformá-lo". E para transformá-lo, é preciso antes desmascarar a ilusão

mais bem produzida pelo capital na era das plataformas: a de que se pode fazer revolução sem sair do estúdio. O ponto de partida para compreender o fenômeno dos webcomunistas é entender que a crítica social e política se tornou mercadoria, o que não significa ser uma anomalia contemporânea, mas o desdobramento lógico do processo de reificação que resvala no campo da comunicação.

Toda relação social é mediada pela mercadoria, e não há nada — nem mesmo a denúncia da ordem vigente — que escape à lógica da circulação e do valor. Como afirmou Marx, "o caráter fetichista da mercadoria emana do próprio caráter social do trabalho que produz essas mercadorias" (MARX, 2017, p. 146). O conteúdo crítico, quando transportado para as plataformas, adquire forma-mercadoria e passa a obedecer à lei da concorrência, da visibilidade e da rentabilidade. Quando o conteúdo crítico é transportado para as plataformas digitais, ele passa a existir dentro de um meio regido pela lógica mercanti**l**: algoritmos que hierarquizam visibilidade, métricas de engajamento que definem valor e mecanismos de monetização que convertem audiência em renda. Nesse ambiente, toda produção — mesmo a mais radical — é traduzida em unidades mensuráveis de atenção (cliques, views, curtidas, tempo de exibição). A crítica deixa de circular como práxis autônoma e se torna uma mercadoria simbólica, cujo "preço" é dado pela concorrência com outros conteúdos na disputa pelo olhar. Sua forma não depende apenas do que diz, mas de como se adequa às exigências do algoritmo e do mercado de atenção: precisa ser atraente, rentável, replicável. Assim, o transporte para a plataforma não é neutro: é o momento em que a crítica, como qualquer outro produto cultural, é subsumida à forma-mercadoria e obrigada a obedecer às leis da visibilidade e da rentabilidade capitalistas.

Nesse contexto surgem os webcomunistas. Youtubers de esquerda que, munidos de retórica marxista e embasamento teórico muitas vezes real, começam a disputar espaço simbólico nas redes. Sua atuação se insere na mesma lógica de performance dos demais criadores de conteúdo: thumbnail chamativa, vídeos com cortes precisos, reação a polêmicas e capacidade de viralização. A crítica torna-se produto, o marxismo vira marca, e o comunista vira personagem. O conteúdo, ainda que baseado na teoria revolucionária, é editado, encurtado e embalado para o consumo de massas despolitizadas, que o consomem não como instrumento de transformação, mas como entretenimento com aura crítica. Essa mutação tem raízes objetivas. A desestruturação das organizações políticas

tradicionais, a burocratização dos partidos de esquerda, o esvaziamento da vida sindical e o desencanto com a política institucional abriram espaço para novas formas de expressão política, baseadas na comunicação direta nas redes. O YouTube surge como terreno fértil para essa nova prática. A promessa de autonomia, horizontalidade e alcance ilimitado atrai jovens militantes, intelectuais e ativistas que passam a investir na construção de canais próprios como estratégia de intervenção no debate público. Contudo, essa intervenção é regida pelas leis do mercado de atenção, e não pelas necessidades da luta de classes. Como observa Pierre Bourdieu em seu livro sobre a televisão, a lógica da visibilidade exige concessões. É preciso ser rápido, direto, cativante. É necessário evitar a complexidade, os silêncios, os tempos longos da reflexão. A televisão — e por extensão a plataforma de vídeo online — molda os discursos para que se ajustem ao tempo e à forma da audiência. "A televisão impõe seus próprios critérios, que não são os da racionalidade ou da verdade, mas os da audiência" (BOURDIEU, 1997, p. 24). Os webcomunistas se adaptam a esse formato. Submetem-se às exigências do algoritmo como qualquer outro produtor de conteúdo. O resultado é a conversão da crítica em espetáculo.

A objeção previsível — "se a crítica circula nas plataformas, ela é a mesma mercadoria" — confunde a ontologia da forma com a função político-organizativa. É verdade: ao entrar no circuito algorítmico, toda produção é submetida à equivalência abstrata do capital de atenção; a forma-mercadoria imprime sua marca e tende a converter até a denúncia em produto. Mas daí não se segue que todas as práticas sejam idênticas. Em termos marxianos, a subsunção formal à lógica da plataforma não elimina a possibilidade de uma negação determinada: é possível operar na forma com vistas a corroê-la por dentro, expondo seus mecanismos, recusando seus mandamentos e orientando a recepção para fora do espetáculo. Lukács ajuda aqui: reificação não é só um estado, é um processo que pode ser enfrentado na consciência e na prática. O discernimento passa por critérios concretos. Primeiro: quem determina o conteúdo? Se a pauta, o ritmo e a linguagem são calibrados primariamente pela métrica, tem-se gestão de audiência, não crítica. Segundo: qual é o telos do discurso? Se a "crítica" se esgota em indignações episódicas, polêmicas coreografadas e autopromoção, estamos diante da pseudo-negatividade descrita por Adorno: oposição encenada que conserva o existente. Terceiro: há mediação organizativa? Crítica que não convoca formas de associação autônoma, estudo coletivo, greve, boicote, assembleia, rede de apoio, permanece como

opinião mercantil, indiferente à transformação da base material. Quarto: a mediação é desvelada ou ocultada? Se a prática critica o algoritmo, a monetização, a dependência do patrocínio e a hierarquia da atenção, abrindo suas entranhas ao público, há gesto de dessacralização da forma; se, ao contrário, naturaliza-se a plataforma e fetichiza-se a audiência, temos culto do índice e idolatria do "crescimento". Quinto: qual a posição do sujeito? Quando o enunciador se constrói como persona vendável, curvando o conteúdo ao carisma e à fidelização, a crítica já foi capturada; quando o sujeito se recusa como mercadoria — inclusive aceitando perdas de alcance —, abre-se uma fenda real no regime de visibilidade. Sexto: há conflito com o senso comum do mercado? Se a prática afronta as expectativas rentáveis (não simplifica, não adultera, não suaviza antagonismos de classe), produz fricção com a forma; se apenas verniza a mercadoria com léxico vermelho, converte-se em nicho do entretenimento político. Em suma: estar na plataforma não absolve ninguém, mas tampouco condena automaticamente. O critério não é moral, é material: ou a prática da comunicação opera como ponte para organização, estudo rigoroso e ação coletiva — des-reificando a experiência do público —, ou funciona como vitrine de si mesma, reciclada pelo espetáculo com sinal trocado.

A diferença entre crítica e engodo não está no cenário ou no microfone, mas na finalidade e nos custos assumidos: quem se dispõe a perder audiência por dizer o que a forma não tolera, quem se nega a domesticar o conflito para caber no feed, quem transforma espectadores em sujeitos coletivos — este enfrenta a reificação. O resto é administração do dissenso: mercadoria que se pronuncia contra o mercado para melhor servi-lo.

Guy Debord, em A Sociedade do Espetáculo, já alertava para o perigo da estetização da revolução. Quando a crítica deixa de ser uma arma da práxis e se transforma em imagem, ela perde sua capacidade transformadora e passa a reproduzir a lógica da dominação. "O espetáculo é a principal produção da sociedade moderna" (DEBORD, 1997, p. 15). O webcomunismo é a expressão plena dessa contradição: a tentativa de radicalidade operando dentro da lógica da plataforma que estrutura e limita sua possibilidade de ação e que corrobora o seu crescimento por meio de uma relação instrumentalizada, com o público e consigo próprio. O problema, portanto, não está no uso das redes como meio de comunicação, mas na forma como esse uso é determinado pelas relações de produção. Não é possível fazer crítica revolucionária sob a lógica da

monetização, da competição por atenção e da performance mediada por métricas. A luta de classes exige organização, disciplina, enraizamento e ruptura — não apenas retórica radical. Os webcomunistas, ao priorizarem a forma da comunicação em detrimento de sua função histórica, acabam cumprindo um papel de amortecimento das contradições. A crítica, ao ser capturada pela forma-espetáculo, perde seu conteúdo transformador e torna-se um elemento de reafirmação da ordem. Essa é a chave para entender a ascensão dos debates entre figuras da extrema-direita e os webcomunistas. Não se trata de enfrentamento real, mas de coreografias ideológicas dentro de um palco previamente montado pelo algoritmo. O que se vende ao público não é a elevação do nível político do debate, mas a encenação da divergência — uma teatralização da luta de classes que a esvazia por completo.

Os debates entre Jones Manoel e Kim Kataguiri, por exemplo, são apresentados como confrontos corajosos entre polos opostos do espectro político. No entanto, o que se observa é a transformação da crítica marxista em performance de palco, ajustada aos critérios da boa convivência liberal. O que se debate nesses encontros não são os fundamentos da ordem capitalista ou a possibilidade real de sua superação, mas superficialidades que reafirmam o espaço da política institucional como único horizonte possível. A arena digital substitui a arena da luta concreta, e o conflito ideológico vira produto para consumo imediato. Em “Contrafogos”, Pierre Bourdieu analisa com precisão essa forma de neutralização da crítica pela lógica midiática. Para ele, a televisão e os meios de comunicação promovem a “domesticação da subversão”, ao integrar figuras críticas ao próprio jogo que deveriam combater (BOURDIEU, 1998, p. 23). No caso dos webcomunistas, essa domesticação assume a forma do debate público formatado, onde a presença de um fascista serve como justificativa para o protagonismo do marxista domesticado. O confronto vira moeda de troca simbólica: ambos ganham visibilidade, inscritos em uma lógica de equivalência que dissolve antagonismos reais; “o verdadeiro é um momento do falso” (DEBORD, 1997, p. 14). Isso se aplica integralmente aos duelos entre webcomunistas e reacionários: o marxismo aparece apenas como versão tolerável do dissenso, uma performance que não ameaça o sistema, mas o enriquece.

O espetáculo da contradição não visa resolver os conflitos sociais, mas anestesiá-los, reconduzindo-os ao plano da representatividade e do entretenimento. A crítica é estetizada, o inimigo é humanizado, e o resultado é uma reconciliação simbólica que

impede a radicalização necessária da consciência política. No fundo, trata-se da recondução da luta ideológica para o espaço do tolerável. O algoritmo, enquanto força produtiva da subjetividade contemporânea, não opera a partir da verdade, mas da rentabilidade. O que se torna visível é aquilo que engaja, que divide, que provoca reação — desde que dentro dos limites aceitáveis. O algoritmo é a forma técnica da dominação simbólica, que recompensa a polêmica e penaliza o silêncio estratégico, a densidade teórica, a crítica estrutural. E os webcomunistas, ao aceitarem esse jogo, tornam-se peças funcionais dessa engrenagem.

A contradição se agrava quando percebemos que os webcomunistas não apenas operam no espetáculo — eles acreditam nele. Justificam sua participação em arenas controladas por think tanks da extrema-direita como se estivessem cumprindo um dever cívico, um papel iluminista de esclarecimento. Recitam, com convicção, que é necessário "debater com todos", "conquistar corações e mentes", "furar a bolha". Mas essa retórica esconde um fato essencial: o palco não é deles. A moldura do debate é determinada por quem controla os meios, as plataformas, as audiências. E dentro dessa moldura, a radicalidade é sempre limitada. Se Marx nos ensina que "a ideologia dominante é a ideologia da classe dominante" (MARX & ENGELS, 2007, p. 47), então não há espaço neutro onde a crítica possa florescer sem conflito com as formas materiais de dominação. O YouTube, o Flow, o Roda Viva, a CNN — todos esses espaços são estruturados para reproduzir a aparência de debate enquanto bloqueiam a possibilidade de ruptura. O que se permite ao webcomunista é a função do adversário tolerado, do dissidente inofensivo, do radical domesticado. O preço da visibilidade é a impotência política.

Um dos fenômenos mais corrosivos produzidos pela forma-espetáculo é a construção de falsas equivalências. No ringue montado pelos algoritmos e pelo capital simbólico das plataformas, fascismo e marxismo são apresentados como polos opostos de um mesmo jogo, como se fossem ideologias equivalentes em força, legitimidade e estratégia, prontas a se enfrentar no campo democrático das ideias. A falsa equivalência entre marxismo e fascismo, tão difundida pelas plataformas e pela ideologia liberal, é uma das operações mais perversas do espetáculo contemporâneo. O marxismo nasce como crítica radical à exploração, teoria e prática da emancipação universal, que busca superar a propriedade privada dos meios de produção e fundar novas formas de sociabilidade a partir da organização consciente do proletariado. O fascismo, ao contrário, é produto da

crise do capital, técnica de contenção violenta que mobiliza massas desorganizadas e setores médios arruinados contra a classe trabalhadora, com o objetivo de preservar a ordem burguesa por meio do terror. Historicamente, essa diferença é cristalina: a Revolução Russa de 1917 abriu a possibilidade concreta de ruptura com o capitalismo, enquanto o fascismo italiano e o nazismo alemão surgiram justamente como contraofensiva da burguesia diante da ameaça socialista. Não por acaso, a ideologia liberal tratou de inventar a teoria dos "extremos que se tocam", difundida desde os anos 1930 e consolidada na Guerra Fria, na qual comunismo e fascismo seriam polos simétricos, igualmente totalitários. A semelhança formal em torno da centralização estatal foi usada como álibi para apagar a diferença material: um projeto buscava abolir o capital, o outro garantir sua sobrevivência. Essa narrativa distorceu a história, apagando que foram os comunistas e os movimentos populares que estiveram na linha de frente da resistência antifascista, da Espanha à União Soviética, e serviu para justificar perseguições, censura e massacres contra a esquerda em nome da "defesa da democracia". No presente, a reprodução dessa equivalência cumpre a mesma função: normaliza o fascismo ao conceder-lhe legitimidade discursiva, criminaliza o marxismo ao reduzi-lo a extremismo e preserva o liberalismo como árbitro racional entre os supostos polos. Em última instância, trata-se de uma manobra para interditar a possibilidade revolucionária e naturalizar a barbárie como parte legítima do jogo democrático.

Essa lógica não é apenas equivocada, ela é funcional à manutenção da ordem. Ao aceitarem o convite para debates com representantes da extrema-direita sob o pretexto de defender o campo progressista, os webcomunistas participam ativamente da fabricação dessa simetria. Jones Manoel debatendo com Kim Kataguiri ou Humberto Mattos em podcasts cercados de influenciadores reacionários não são sinais de coragem, mas de funcionalidade: ao expor o marxismo ao mesmo tempo e no mesmo palco que o fascismo liberal-populista, legitima-se a ideia de que ambas as posições são igualmente democráticas, intelectualmente equiparadas, e passíveis de conciliação pela razão pública. Essa encenação dialoga diretamente com o que Pierre Bourdieu denunciou como a neutralização da crítica radical no campo midiático. Em *Sobre a televisão,* Bourdieu afirma que a exposição controlada de opiniões divergentes serve, na verdade, para reafirmar a hegemonia simbólica do espaço que as contém (BOURDIEU, 1997, p. 36). Ao aceitar debater com fascistas, o marxista performa o papel de opositor legítimo — e, portanto, funcional — dentro de um sistema que precisa da aparência de pluralidade para

continuar a operar. O resultado é que, ao invés de radicalizar a crítica, esse tipo de engajamento contribui para a construção de uma moral liberal de equilíbrio entre extremos. O marxismo é apresentado como uma das faces do "radicalismo" — ao lado do bolsonarismo, do anarcocapitalismo, do integralismo ou de qualquer outra forma de reação travestida de alternativa. A falsa simetria instala-se no imaginário coletivo: ambos os lados seriam irracionais, emocionais, perigosos. A verdade estaria no meio. E o meio, como sabemos, é o lugar confortável da reprodução burguesa.

Guy Debord denuncia que "o espetáculo é a diplomacia da mercadoria: seu embaixador na vida social" (DEBORD, 1997, p. 27). No caso dos debates entre webcomunistas e fascistas, o que se negocia não é a transformação da realidade, mas a visibilidade da crítica domesticada. O espaço simbólico é cedido ao marxismo sob a condição de que ele se torne espetáculo, e ao tornar-se espetáculo, já não é mais crítica, mas mercadoria. Essa lógica opera não apenas nos debates públicos, mas também na forma de circulação dos conteúdos. Títulos como "Marxista HUMILHA Bolsonarista" ou "Comunista CALA a Boca do Liberal" são manifestações explícitas dessa dialética perversa: não se trata de formar politicamente, mas de entreter. O antagonismo é estetizado, teatralizado e monetizado. O comunismo, antes prática coletiva de enfrentamento radical, vira personagem de ringue digital. A questão não é apenas a estratégia de comunicação, mas a própria natureza da política que se constrói a partir desse modelo. Um marxismo que se apresenta como lado de uma polarização simétrica está negando sua essência. Como ensinava Marx, o comunismo não é uma doutrina entre outras: é o movimento real que abole o estado atual das coisas. Ao se colocar como corrente opinativa em um mercado de ideias, o webcomunismo abdica de sua função histórica e se reconfigura como produto de consumo simbólico.

Se Marx demonstrou que a mercadoria é a forma celular da sociedade burguesa, e que nela se condensa uma inversão material entre sujeito e objeto, o fenômeno dos webcomunistas não escapa a essa lógica — ao contrário, a intensifica. A crítica transformou-se em fonte de renda, investimentos, patrocínios e em uma nova forma de autonomia ilusória que retroalimenta o sistema que se pretende combater. O caso de Ian Neves é sintomático. Associado ao Instituto Conhecimento Liberta (ICL), do financista Eduardo Moreira, Neves circula entre as pautas da crítica marxista e as plataformas do reformismo petista com desenvoltura cênica. O ICL se apresenta como espaço de

formação crítica, mas opera como veículo de agregação simbólica para a institucionalização da crítica, domesticando o discurso radical e convertendo-o em consumo ideológico. Neves, que acumula mais de 475 mil inscritos e 83 milhões de visualizações em seu canal, movimenta cifras com visualizações, sem contar monetizações paralelas, apoios recorrentes e convites para eventos financiados por partidos, institutos e fundações. Essa lógica se aplica igualmente a outros representantes da nova vanguarda digital. Jones Manoel, Humberto Matos, Sabrina Fernandes e outros integram um ecossistema simbólico em que o capital cultural converte-se em capital econômico por meio da plataforma, dos financiamentos indiretos e da construção de imagem pública.

É importante notar que a monetização não é, em si, o problema. A questão é o que se faz com esses recursos e, sobretudo, em que moldes se produz essa arrecadação. Se a renda se dá pela lógica do engajamento, e o engajamento é regulado pelo algoritmo, então a crítica será moldada para agradar a máquina — e não para subvertê-la. Como ensinava Debord, "o espetáculo é capital a tal grau de acumulação que se torna imagem". O que vemos, então, é a imagem da dissidência capturada como forma de valorização simbólica e econômica. Enquanto isso, os movimentos reais de transformação seguem à margem, invisibilizados por um mercado de opinião que vende crítica empacotada. A monetização da dissidência converte a revolta em produto e transforma a utopia em thumbnail. E quem ousa apontar isso, corre o risco de ser tachado de invejoso ou sectário, quando, na verdade, está apenas tentando salvar a crítica de sua própria caricatura.

A crítica radical, quando subsumida à lógica da mediação liberal, perde sua força histórica como negação da totalidade social e converte-se em suplemento simbólico para a manutenção da ordem. O que antes era arma de enfrentamento, torna-se discurso protocolar. A mediação liberal, representada por institutos, ONGs, fundações e editoras que operam dentro do marco institucional democrático-burguês, desempenha um papel crucial na neutralização da crítica revolucionária, oferecendo ao discurso radical um lugar à mesa — desde que ele aceite as regras do jogo. O Instituto Conhecimento Liberta (ICL), a Fundação Perseu Abramo, o Opera Mundi, o Brasil 247, o DCM, entre outros, se tornaram plataformas de acolhimento para os webcomunistas, fornecendo a estrutura simbólica, técnica e financeira necessária para que possam operar com legitimidade no circuito progressista.

Ao aceitarem o verniz da respeitabilidade institucional, os webcomunistas passam a atuar como intelectuais públicos domesticados, que adaptam sua retórica para manter-se dentro dos limites do aceitável. Jones Manoel, por exemplo, circula em debates com liberais como Kim Kataguiri e aparições em podcasts como o Flow, sempre apresentando a si mesmo como marxista, mas sem jamais colocar em questão a estrutura de classes, a burocratização da esquerda ou a conciliação de classes como projeto de dominação. Sua crítica é decorativa, funcional ao sistema que simula combater. A mediação liberal cria um ambiente seguro para o discurso marxista desde que ele não ultrapasse os limites do possível burguês. Esse processo é análogo ao que Adorno e Horkheimer descreveram como "indústria cultural": a produção em série de produtos simbólicos que se apresentam como oposição, mas são perfeitamente assimiláveis ao status quo. Como diria Lukács, trata-se de uma crítica sem totalidade, que perde sua força dialética e se converte em reprodução ideológica.

Se a esquerda institucional conseguiu absorver a crítica da nova geração sem se transformar, é porque essa crítica já nasceu adaptada ao meio. A linguagem do algoritmo, os cálculos de engajamento, a necessidade de ampliar audiências e a busca por patrocínios criaram um novo tipo de intelectual — não mais orgânico às classes oprimidas, mas orgânico à máquina simbólica da esquerda liberal. Não é a crítica que move a política, mas a política que se converte em conteúdo de crítica. E como bem apontou Bourdieu, nesse jogo, quem não joga conforme as regras é expulso do campo. O avanço da crítica como mercadoria e do marxismo como performance não seria possível sem a institucionalização simbólica de seus representantes. O webcomunista, enquanto figura emergente do campo político-midiático, ocupa hoje a posição de um burocrata simbólico do espetáculo. Tal como descreveu Karl Marx em *O 18 Brumário de Luís Bonaparte*, as novas figuras do poder vestem as roupas das lutas passadas — mas sem conteúdo revolucionário. Do mesmo modo, os webcomunistas se apresentam como sucessores do pensamento marxista, porém esvaziados de sua função histórica: organizadora da práxis revolucionária.

Essa burocracia simbólica se estrutura a partir de três eixos: a linguagem, a aparência e a legitimidade conferida pelas plataformas. A linguagem é uma mescla de jargão acadêmico e didatismo pedagógico sustentado por um personalismo caricato; a aparência, cuidadosamente moldada para parecer acessível e ao mesmo tempo culta; a

legitimidade é conferida por convites, colaborações, seguidores e monetização. Trata-se de uma nova classe de mediadores que, mesmo sem deter o capital político tradicional, acumulam capital simbólico suficiente para representar, aos olhos do público, uma espécie de autoridade crítica. A autoridade dos webcomunistas não se dá por força de organização popular, mas pelo prestígio algorítmico e pela presença recorrente em espaços validados pela esquerda institucional. Trata-se, portanto, de uma nova forma de poder — difusa, horizontalizada em aparência, mas concentrada nos fluxos de audiência e nas parcerias seletivas. O webcomunista é o exemplo contemporâneo de como a crítica, ao ser capturada pelas formas de circulação do capital, perde sua substância emancipatória e se converte em mercadoria de nicho. Ele não se percebe como funcionário do algoritmo, mas sua rotina é inteiramente determinada por ele: gravações e lives em horários pré-programados para maximizar alcance, estudos transformados em pauta calculada para manter relevância, gestão de comunidade entendida como fidelização de clientes, patrocínios e parcerias como capitalização de visibilidade, vaquinhas e "apoios" que, na prática, funcionam como aporte financeiro de um empreendimento já consolidado.

O marxismo aparece aí não como teoria crítica, mas como marca pessoal, identidade que distingue o comunicador no mercado das ideias, conferindo-lhe autoridade e transformando-o em gestor de audiência. A crítica vira carreira, organizada em torno de métricas, financiadores e planejamento de expansão, de modo que a retórica anticapitalista é convertida em modelo empresarial, quase sempre reproduzindo a forma da empresa cultural que Adorno e Horkheimer já identificavam na indústria cultural clássica. A figura do webcomunista é expressão de uma regra que naturaliza a fusão entre militância e empreendedorismo, entre discurso e mercadoria. Nesse processo, consolida-se uma vanguarda corporativista, composta por lideranças que se colocam como intérpretes autorizados do marxismo e se legitimam não pela organização coletiva de base, mas pela mediação burocrática, pelo capital simbólico e pelas conexões institucionais que ostentam. O resultado é a paródia da práxis revolucionária: um campo onde a crítica aparece apenas como performance, e onde os próprios críticos acabam reproduzindo, sob o signo da esquerda, a lógica corporativa e burocrática que afirmam combater.

A construção de autoridade simbólica nesses casos se baseia na aparência de autonomia: o webcomunista se apresenta como independente, mesmo quando vinculado a projetos como o ICL, ao PSOL, a canais com patrocínio de empresas ou a redes articuladas por fundações. O que se vende como liberdade de pensamento é, em muitos casos, um produto editorial cuidadosamente moldado para manter a aderência a um campo político, sem confrontá-lo frontalmente. A burocracia simbólica, nesse sentido, é o contrário da autonomia intelectual: é sua caricatura espetacular. Se, como dizia Debord, "o espetáculo é o capital a tal grau de acumulação que se torna imagem" (1997, p. 25), o webcomunista é o crítico a tal grau de neutralização que se torna avatar. Ele representa a possibilidade de uma esquerda crítica dentro dos marcos do aceitável, da visibilidade, do politicamente palatável. Sua função é a de sustentar a ilusão de disputa radical enquanto preserva os limites do jogo. Ele é, portanto, o administrador simbólico da impotência crítica no interior da esquerda midiática.

A emergência dos webcomunistas como nova vanguarda do algoritmo é um sintoma da derrota estratégica da crítica revolucionária no interior da comunicação de massas. Como bem observou Carlos Nelson Coutinho, "não há lugar para uma práxis transformadora sem um pensamento que supere o senso comum e a ideologia dominante" (COUTINHO, 1992). A esquerda digital falhou ao aceitar a forma da visibilidade como condição de existência política. Ao adaptar sua crítica aos limites do algoritmo, renunciou à radicalidade e abraçou o reformismo da imagem. Contra isso, torna-se urgente uma nova práxis crítica. Uma crítica que se recuse a aceitar o campo simbólico imposto pelo mercado como seu território natural. Uma crítica que não se meça por inscritos, views ou patrocínios, mas por sua capacidade de desvelar a totalidade das contradições sociais e apontar caminhos para sua superação. É necessário romper com a lógica do reconhecimento espetacular e recolocar a política em seu lugar histórico: a arena da luta de classes. Isso implica negar os convites para o ringue, recusar a armadilha dos debates domesticados, denunciar os pactos simbólicos que transformam fascistas em interlocutores e os marxistas em influenciadores. A crítica não deve disputar espaço com o inimigo — deve desmascará-lo.

Essa nova práxis precisa também assumir a forma da organização. Não há revolução sem coletivo, sem teoria crítica enraizada na prática, sem enfrentamento direto às estruturas de dominação. A fragmentação hiperindividualizada dos webcomunistas,

mesmo quando camuflada sob a retórica da construção coletiva, não substitui o papel histórico da organização popular de base insurgente. Por fim, é fundamental recuperar a dimensão ética e ontológica da crítica. Como escreveu Lukács, “a verdadeira liberdade só pode ser concretizada quando o homem compreende a necessidade e a transforma” (LUKÁCS, 1969). A crítica revolucionária não é performance: é compromisso com a transformação histórica. É ação guiada pela consciência de que o mundo não está pronto, mas por fazer — e que cabe a nós, coletivamente, refazê-lo. Contra a nova vanguarda do algoritmo, que faz da crítica um meio de autopromoção, resta-nos refundar a crítica como gesto de ruptura. Não se trata de abandonar a internet, mas de subvertê-la. Não se trata de ignorar os webcomunistas, mas de desmascará-los. Não se trata de debater com o espetáculo, mas de interrompê-lo.

Arthur Moura