

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS
Instituto de Filosofia, Sociologia e Política
Curso de Bacharelado em Ciências Sociais



Trabalho de Conclusão de Curso

“Nunca quis mexer com cargo público, mas isso é um chamado”:
análise discursiva da campanha eleitoral de Pablo Marçal nas eleições de 2024

Corina Gonsales Vega

Pelotas, 2026.

Corina Gonsales Vega

“Nunca quis mexer com cargo público, mas isso é um chamado”:
análise discursiva da campanha eleitoral de Pablo Marçal nas eleições de 2024

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Instituto de Filosofia, Sociologia e Política da Universidade Federal de Pelotas, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Ciências Sociais.

Orientadora: Prof^a Dra. Bianca de Freitas Linhares

Pelotas, 2026.

Universidade Federal de Pelotas / Sistema de Bibliotecas
Catalogação da Publicação

V422n Vega, Corina Gonsales

“Nunca quis mexer com cargo público, mas isso é um chamado”
[recurso eletrônico] : análise discursiva da campanha eleitoral de Pablo
Marçal nas eleições de 2024 / Corina Gonsales Vega ; Bianca de Freitas
Linhares, orientadora. — Pelotas, 2025.
80 f. : il.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Ciências Sociais,
Instituto de Filosofia, Sociologia e Política, Universidade Federal de
Pelotas, 2025.

1. Teoria do discurso. 2. Antagonismo. 3. Pablo Marçal. 4. Campanha
online 2024. 5. Prosperidade. I. Linhares, Bianca de Freitas, orient. II.
Título.

CDD 324.6

Elaborada por Simone Godinho Maisonave CRB: 10/1733

Corina Gonsales Vega

“Nunca quis mexer com cargo público, mas isso é um chamado”:
análise discursiva da campanha eleitoral de Pablo Marçal nas eleições de 2024

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Ciências Sociais, Instituto de Filosofia, Sociologia e Política, Universidade Federal de Pelotas.

Data da Defesa: 27 de fevereiro de 2026

Banca Examinadora:

Prof^a. Dr^a. Bianca de Freitas Linhares (Orientadora)
Doutora em Ciência Política pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Prof. Dr. Daniel de Mendonça
Doutor em Ciência Política pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Prof^a. Dr^a. Letícia Baron
Doutora em Ciência Política pela Universidade Federal de Pelotas

Somos um mosaico tecido pelas presenças que atravessam nossas vidas. Toda trajetória é feita de encontros. Dedico este trabalho a quem compartilhou comigo os desafios, os aprendizados e as conquistas da graduação, ajudando a compor o mosaico que hoje sou.

Agradecimentos

Aos meus pais, Célia e Noé, porque tudo o que sou e tudo o que ousou sonhar nasce do amor, da confiança e da coragem que me deram.

À minha irmã, Carolina, por me mostrar a grandeza do mundo, por me incentivar a voar e por me lembrar, constantemente, que mesmo quando arriscamos, sempre há um lugar seguro para voltar.

À minha avó, Myrta, por ser conforto, carinho e o abraço que me sustenta nos dias difíceis.

À Luiza, que me acompanha desde sempre. Minha amiga, minha irmã de alma, minha conselheira, que está comigo em cada fase — perto ou longe — com a mesma lealdade e amor de sempre.

Às minhas Julia 's, minhas duas estrelas. Vocês são a sorte da minha vida — a prova viva de que amizades bonitas existem e iluminam tudo ao redor. Quando nos juntamos, a vida fica mais leve. Obrigada por serem casa.

Ao Pedro, que desde a escola compartilha comigo risadas, choros e memórias. Obrigada por me lembrar que, no fim, a boa companhia é o que realmente importa.

Às minhas amigas Helena, Vivian e Alice, e ao meu amigo João Pedro, que são sustento, abrigo, força e alegria nos momentos em que o caminho parece mais pesado.

Aos meus colegas do grupo de pesquisa IdAD, por tornarem toda a jornada mais leve e acolhedora.

Aos meus professores, por todos os ensinamentos ao longo da graduação.

E, especialmente, à minha orientadora, professora Bianca, por sua orientação, dedicação e confiança — sem você, este trabalho não teria sido possível.

Resumo

VEGA, Corina Gonsales. “**Nunca quis mexer com cargo público, mas isso é um chamado**”: análise discursiva da campanha eleitoral de Pablo Marçal nas eleições de 2024. Orientadora: Bianca de Freitas Linhares. 2026. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Sociais) – Instituto de Filosofia, Sociologia e Política, Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2026.

Este trabalho analisa os sentidos mobilizados no discurso de Pablo Marçal na campanha à Prefeitura de São Paulo em 2024, a partir da Teoria do Discurso de Ernesto Laclau e Chantal Mouffe. O objetivo central consiste em compreender a construção discursiva do candidato no período eleitoral, identificando os antagonismos construídos, as demandas mobilizadas e o modo como sua campanha articula linguagem motivacional e empreendedorismo, associados à racionalidade neoliberal, com a construção de uma identidade política *outsider* no contexto digital. A pesquisa adota abordagem qualitativa, utilizando a análise de discurso como método, tendo como corpus 216 publicações do Instagram do candidato, realizadas entre 16 de agosto e 5 de outubro de 2024, além do Plano de Governo registrado na Justiça Eleitoral. Os resultados indicam que o antagonismo em torno do significante “sistema” organiza a fronteira discursiva da campanha, articulando opositores políticos, Governo Federal, Justiça Eleitoral e mídia como parte de uma mesma estrutura antagônica. Observa-se que as demandas aparecem de forma menos consistente nas redes sociais, também mobilizadas por inversão dentro do discurso de confronto, enquanto o Plano de Governo apresenta formulação mais estruturada dessas propostas. O significante “prosperidade” opera como ponto central capaz de articular demandas diversas sob a promessa de transformação da cidade por meio da mudança de mentalidade, mérito e iniciativa individual. Conclui-se que as plataformas digitais não funcionam apenas como meios de divulgação, mas como espaços fundamentais de articulação discursiva, nos quais os ataques, a exposição e a imagem pública, passam a ser centrais na produção de sentidos no discurso.

Palavras-chave: Teoria do Discurso; Antagonismo; Pablo Marçal; Campanha online 2024; Prosperidade.

Abstract

VEGA, Corina Gonsales. **“I never wanted to hold public office, but this is a calling”**: a discourse analysis of Pablo Marçal’s electoral campaign in the 2024 elections. Advisor: Bianca de Freitas Linhares. 2026. Undergraduate Thesis (Bachelor’s in Social Sciences) – Institute of Philosophy, Sociology, and Politics, Federal University of Pelotas, Pelotas, 2026.

This study analyzes the production of meaning in the discourse of Pablo Marçal’s during his 2024 campaign for Mayor of São Paulo, grounded in the Discourse Theory formulated by Ernesto Laclau and Chantal Mouffe. The main objective is to understand the candidate’s discursive construction during the electoral period, identifying the constitution of antagonisms articulated, the demands mobilized, and the way in which motivational discourse and entrepreneurial rhetoric — aligned with neoliberal rationality — are combined with the construction of a political outsider identity in the digital context. Methodologically, the research adopts a qualitative approach, employing discourse analysis as its method. The corpus consists of 216 Instagram posts published by the candidate between August 16 and October 5, 2024, as well as the Government Plan registered with the Electoral Court. The findings indicate that the antagonism structured around the signifier “system” organizes the discursive frontier of the campaign, articulating political opponents, the Federal Government, the Electoral Court, and the media as part of the same antagonistic structure. Demands appear less consistently on social media, often mobilized through inversion within confrontational discourse, while the Government Plan presents a more structured formulation of these proposals. The signifier “prosperity” operates as a central articulating point, linking diverse demands under the promise of transforming the city through a change in mindset, merit, and individual initiative. It is concluded that digital platforms function not merely as tools of dissemination, but as key spaces of discursive articulation, in which confrontation, public exposure, and image construction become central to the production of political meaning.

Key-words: Discourse Theory; Antagonism; Pablo Marçal; 2024 Digital Campaigning; Prosperity.

Lista de Figuras

- Figura 1:** Fronteira antagônica no discurso de Pablo Marçal na campanha eleitoral
499
- Figura 2:** Cadeia de equivalência das demandas no discurso de Pablo Marçal 58
- Figura 3:** Cadeia de equivalência da campanha de Pablo Marçal: antagonismos,
demandas e o significante “prosperidade” 68

Lista de Quadros

Quadro 1: Quantidade de conteúdo das redes sociais de Marçal no período eleitoral (16 ago. 2024 a 05 out. 2024)	23
Quadro 2: Categorias (nós) criados no NVivo 11	28
Quadro 3: Subcategorias (subnós) criados dentro da categoria “Antagonismo” no NVivo 11	299

SUMÁRIO

1 Introdução	13
2 Marco teórico-conceitual	16
3 Metodologia	21
3.1 Coleta e amostra do material	24
Erro! Indicador não definido.	26
4 Quem é Pablo Marçal? A construção de uma trajetória pública	30
4.1 Das origens ao diploma em Direito: a formação de Pablo Marçal	30
4.2 O empreendedor digital: Erro! Indicador não definido.	2
4.3 A candidatura presidencial em 2022: sua estrada na política	38
5 “São Paulo é o futuro da nação”: os sentidos mobilizados no discurso de Pablo Marçal	41
5.1 O Plano de Governo	41
5.2 As redes sociais de Pablo Marçal no período eleitoral	44
5.3 "É eu contra todo mundo": a construção do antagonismo	Erro! Indicador não definido.
5.4 São Paulo e a construção de uma nova mentalidade: demandas mobilizadas por Marçal na campanha	57
5.5 Plataformas digitais, prosperidade e neoliberalismo na construção do discurso <i>outsider</i> de Pablo Marçal	67
6 Considerações Finais	72
Referências	76

1 Introdução

As eleições municipais no Brasil definem os responsáveis pela administração das cidades, impactando diretamente o cotidiano de seus habitantes. Em São Paulo, o maior centro urbano e econômico do país, essas disputas assumem relevância nacional. No pleito de 2024, a reeleição de Ricardo Nunes (MDB), com 59,35% dos votos no segundo turno, sobre Guilherme Boulos (PSOL), que obteve 40,65% (G1, 2024a), reafirmou a força dos partidos tradicionais no cenário político. Contudo, a performance de Pablo Marçal, candidato do Partido Renovador Trabalhista Brasileiro (PRTB), chamou atenção ao conquistar 28,14% dos votos no primeiro turno e alcançar o terceiro lugar, revelando-se uma nova figura no espaço político.

Nascido em Goiânia (Goiás), Pablo Henrique Costa Marçal, embora não tenha alcançado o segundo turno, destacou-se por suas articulações discursivas no cenário político. Empresário, bacharel em Direito e influenciador digital, ingressou na política em 2022, ao lançar uma candidatura presidencial que não avançou. Em 2024, concorreu à Prefeitura de São Paulo pelo PRTB, com uma abordagem discursiva que combinava valores religiosos, empreendedorismo e críticas ao sistema político atual. Superando uma infância marcada por dificuldades, Marçal tornou-se uma figura popular no meio digital por meio de seus livros e palestras motivacionais, que abordam temas relacionados à liderança, espiritualidade e prosperidade financeira, frequentemente baseados em sua própria trajetória de vida.

Marçal apresentou-se como uma alternativa aos políticos tradicionais, posicionando-se como uma figura “antissistema”. Seu discurso combinou críticas aos seus oponentes políticos, com referências ao livre mercado, estratégia empresarial, cristianismo, entre outros temas que mobilizam discursos e articulam significantes capazes de ressoar em diferentes segmentos da sociedade. Sem acesso ao tempo de propaganda eleitoral gratuita na televisão e no rádio, devido ao baixo desempenho de seu partido nas eleições de 2022¹, o candidato fez das redes sociais seu principal espaço de divulgação e engajamento político.

¹ Pablo Marçal, candidato à Prefeitura de São Paulo pelo PRTB em 2024, não teve horário eleitoral gratuito no rádio e na televisão devido à cláusula de barreira, pois o partido não atingiu os requisitos nas eleições anteriores (TRE-SP, 2024). Essa norma, instituída pela Emenda Constitucional 97, condiciona o acesso de partidos ao Fundo Partidário e ao tempo de propaganda gratuita ao cumprimento de critérios mínimos de desempenho, como eleger pelo menos 11 deputados federais em nove unidades da Federação ou obter 2% dos votos válidos nacionalmente, distribuídos em pelo menos nove estados com 1% em cada (TSE, 2023).

Além disso, a campanha de Pablo Marçal para a prefeitura de 2024 foi marcada por polêmicas relacionadas ao uso indevido das redes sociais, que foram suspensas diversas vezes pela Justiça Eleitoral, entre agosto e outubro. As primeiras decisões, em agosto, atenderam a uma ação do PSB da candidata Tabata Amaral, que acusava Marçal de pagar seguidores para impulsionar cortes de seus vídeos, prática considerada irregular e contrária à isonomia eleitoral (G1, 2024b; Neves; Pereira, 2024). Em outubro, o candidato voltou a ter seu perfil no Instagram bloqueado por 48 horas após divulgar um laudo médico falso contra Guilherme Boulos (PSOL), o que levou à abertura de inquérito pela Polícia Federal (Lima, 2024). Em resposta às suspensões, Marçal passou a retratar as decisões judiciais como atos de censura e perseguição política, reforçando esse argumento em seu discurso público.

A partir disso, este trabalho de conclusão de curso apresenta uma análise do discurso da campanha de Marçal na eleição municipal de São Paulo em 2024. O trabalho justifica-se pela relevância teórica e prática do tema nas Ciências Sociais e na Ciência Política, especialmente diante das mudanças recentes na forma como as campanhas políticas são organizadas e divulgadas nas redes sociais. A trajetória de Marçal, marcada por conflitos com a Justiça Eleitoral decorrentes de suas declarações e práticas nas redes sociais e pela expressiva porcentagem de votos obtida, levanta questões sobre como ele constrói seu discurso.

Nesse sentido, o trabalho utiliza a Teoria do Discurso de Ernesto Laclau e Chantal Mouffe (2015) para responder à seguinte questão: Quais os sentidos mobilizados no discurso de Pablo Marçal na campanha à prefeitura de São Paulo em 2024? Com base, também, na teoria de Laclau e Mouffe (2015), o objetivo central é compreender a construção discursiva de Pablo Marçal nas eleições de 2024. Para isso, o estudo busca atingir três objetivos específicos: identificar os antagonismos construídos em seu discurso no período da campanha eleitoral; verificar quais demandas se articulam nesse discurso; e, refletir sobre a relação entre o discurso na campanha de Marçal e sua identidade de *outsider* no contexto digital.

Compreender a dinâmica do uso intensivo das redes sociais, como um meio amplamente utilizado de mobilização eleitoral, permite refletir sobre o surgimento de novas figuras no cenário político brasileiro, como influenciadores e empreendedores. A escolha do objeto surgiu a partir da observação de que a campanha digital do candidato do PRTB, mesmo sem acesso ao horário eleitoral gratuito e enfrentando restrições impostas pela Justiça Eleitoral, alcançou um desempenho surpreendente

na eleição. Assim, evidencia-se um movimento crescente de inserção de figuras públicas externas à política tradicional nos espaços de poder político, além de uma nova forma de divulgação da candidatura por meio das plataformas digitais. Observa-se, portanto, a adaptação das estratégias e articulações discursivas, que passam a se diferenciar do que se observava nos veículos tradicionais, como a televisão e o rádio.

O estudo também contribui para o aprofundamento das análises de discurso, utilizando a abordagem de Laclau e Mouffe, para compreender os sentidos e significantes que são mobilizados nos discursos políticos. Pode-se perceber como os conceitos da teoria, como antagonismo, articulação e demandas, estão presentes nos discursos do cenário político atual brasileiro.

Para responder ao problema de pesquisa e alcançar os objetivos propostos, este trabalho organiza-se, além desta introdução, em mais cinco capítulos. O capítulo dois desenvolve o marco teórico-conceitual, aprofundando-se na Teoria do Discurso de Ernesto Laclau e Chantal Mouffe (2015) e nos principais conceitos que fundamentam a análise. O capítulo três detalha os procedimentos metodológicos adotados. Já o capítulo quatro apresenta uma contextualização sobre quem é Pablo Marçal e como sua trajetória se constituiu, mobilizando, entre outras fontes, o vídeo autobiográfico publicado em 2022 em seu canal no YouTube, intitulado “Esta é a minha história”, entendido não apenas como relato de vida, mas como elemento que integra e contribui para a construção discursiva posteriormente mobilizada na campanha de 2024. O capítulo cinco reúne os resultados e a discussão, nos quais os dados são analisados a partir dos objetivos estabelecidos. Por fim, o capítulo seis apresenta as considerações finais.

2 Marco teórico-conceitual

O fundamento teórico-metodológico desta pesquisa é a Teoria do Discurso de Ernesto Laclau e Chantal Mouffe, tal como formulada em *Hegemonia e Estratégia Socialista* (2015), complementada por contribuições posteriores dos autores, especialmente *A Razão Populista* (Laclau, 2013). Publicada originalmente em 1985, *Hegemonia e Estratégia Socialista* marca a virada pós-marxista e pós-estruturalista do pensamento de Laclau e Mouffe, ao questionar concepções essencialistas do social e da política. Nessa obra, os autores argumentam que nenhuma ordem social é plenamente estável ou fechada, uma vez que toda organização política resulta de disputas e articulações entre diferentes forças que buscam fixar sentidos como hegemônicos. Assim, a política é compreendida como um campo de relações contingentes, no qual decisões e significados são sempre provisórios e condicionados pelas disputas e articulações próprias de cada contexto histórico (Laclau; Mouffe, 2015).

A partir desse referencial, torna-se fundamental explicitar o papel do pós-estruturalismo, que fornece a base ontológica da Teoria do Discurso. Surgido no final dos anos 1960 como crítica ao estruturalismo, o pós-estruturalismo rejeita a ideia de centros estáveis ou fundamentos universais capazes de organizar definitivamente o social. Autores como Jacques Derrida e Martin Heidegger contribuem para a compreensão de que as estruturas sociais são contingentes, históricas e constantemente rearticuladas, produzindo sentidos que jamais se fixam plenamente (Mendonça, 2020). Na Teoria do Discurso, isso significa que identidades e práticas políticas se formam sempre em meio a disputas hegemônicas, pois nenhum significado é fixo ou garantido de antemão. Desse modo, o pós-estruturalismo fundamenta a compreensão da política como um processo permanente de construção, contestação e redefinição, aspecto central no pensamento de Laclau e Mouffe.

Nesse contexto teórico, conforme aponta Mendonça (2003), o discurso deve ser compreendido como uma prática articulatória que constitui e organiza as relações sociais, e não apenas como um conjunto de textos ou falas. Parte-se, assim, da compreensão de que o social só pode ser apreendido a partir das articulações que produzem sentidos, envolvendo elementos simbólicos e práticos historicamente conectados (Mendonça, 2009). Para Laclau e Mouffe (2015), analisar o discurso significa compreender como determinados significados se estabilizam de maneira

provisória em meio a múltiplas possibilidades de interpretação e conflito. Nesse sentido, o discurso não apenas representa a realidade, mas participa ativamente de sua produção, funcionando como o “terreno primário no qual a realidade se constitui” (Ferreira, 2011, p. 13).

A partir dessa perspectiva, a construção discursiva pode ser entendida como o processo pelo qual determinados sentidos passam a se organizar de forma relativamente estável, ainda que sempre provisória, no interior de um campo de disputas. Trata-se de um movimento no qual práticas articulatórias conectam diferentes elementos, como demandas, valores e significantes e diagnósticos, produzindo identidades políticas, definindo fronteiras e organizando antagonismos, como veremos neste capítulo. Sendo assim, construção discursiva diz respeito ao processo político por meio do qual essas articulações são produzidas, disputadas, deslocadas e reorganizadas.

Assim, o discurso articula palavras, ações e práticas materiais, reunindo elementos linguísticos e não linguísticos (Laclau, 2013; Laclau e Mouffe, 2015). É por meio dessa articulação que certos sentidos são momentaneamente fixados, ao mesmo tempo em que outros são deslocados ou excluídos. Como observa Pinto (2006, p. 80), “o discurso existe porque ele é uma tentativa de dar sentido ao real, uma tentativa de fixar sentidos, precária mas exitosa [...]; o que é um discurso político, se não uma repetida tentativa de fixar sentidos em um cenário de disputa?”. Assim, toda construção discursiva é marcada pela instabilidade e pela possibilidade constante de rearticulação.

Compreender a construção discursiva dessa maneira permite ampliar o olhar analítico para além de pronunciamentos, falas públicas ou postagens em redes sociais, incluindo também documentos institucionais, como um Plano de Governo. Ao organizar propostas, prioridades e diagnósticos sobre a realidade social, esse tipo de documento participa ativamente da construção discursiva do candidato, ao articular sentidos, demandas e visões de mundo que disputam hegemonia no campo político.

Seguindo, dentro da Teoria do Discurso de Laclau e Mouffe, o antagonismo é um conceito central para compreender como discursos e identidades se formam, o que se relaciona diretamente a um dos objetivos específicos deste trabalho: identificar os antagonismos presentes no discurso de Pablo Marçal durante sua campanha eleitoral. Mendonça (2009) afirma que toda constituição discursiva é antagônica, pois qualquer identidade só se estabelece diante de um outro que ameaça ou nega seus

elementos constitutivos. Nessa mesma direção, Pinto (2006) explica que a relação antagônica ocorre quando a presença do outro impede a constituição plena de uma identidade. O antagonismo, portanto, delimita fronteiras discursivas e possibilita identificar quais opositores são construídos, nomeados ou insinuados no processo de formação discursiva de um candidato.

Para Laclau e Mouffe (2015), o antagonismo emerge quando uma identidade encontra limites para sua plena constituição em razão da presença de um exterior que interrompe sua realização total. Mendonça (2009) destaca que essa relação se estabelece entre um interior e um exterior constitutivo, sendo este último aquilo que ameaça a existência do primeiro e restringe sua expansão de sentidos. Isso mostra que identidades não são completas ou estáveis, mas sempre parciais, formadas a partir das fronteiras que traçam para se diferenciar do que definem como exterior. Essa impossibilidade de fechamento do social é desenvolvida por Laclau (1990), ao afirmar que o antagonismo evidencia o limite de toda objetividade social, mostrando que nenhuma identidade pode se constituir sem a presença de um exterior que a desafia. Assim, o antagonismo marca o ponto em que um discurso encontra seus limites e define as linhas que separam inclusão e exclusão no campo político.

Paradoxalmente, o antagonismo não apenas ameaça um discurso, mas também torna sua existência possível. O exterior constitutivo, entendido como o discurso antagônico, ao restringir a formação plena do interior, também funciona como sua condição de possibilidade, já que um discurso só se constitui sob a ameaça da presença do outro (Mendonça, 2009). Em outras palavras, ao mesmo tempo que o discurso antagônico impede que o interior se complete, ele também é aquilo que permite sua configuração, na medida em que a identidade se forma sempre em relação a um exterior que a tensiona.

Outro conceito fundamental da Teoria do Discurso é o de demanda, diretamente relacionado ao objetivo específico deste trabalho de analisar quais demandas se articulam no discurso de Pablo Marçal. As demandas referem-se a reivindicações sociais que funcionam como ponto de partida para a construção política. Como aponta Laclau (2013, p. 123), “[...] em inglês, o conceito de “demanda” (demand) é ambíguo: pode significar uma solicitação, mas também pode significar uma exigência”. As demandas emergem de necessidades sociais, políticas e econômicas que, quando não atendidas, podem se articular dentro de um campo discursivo. Inicialmente, essas demandas podem se apresentar de forma isolada,

porém, à medida que se acumulam e permanecem insatisfeitas, podem passar a se articular entre si, formando uma cadeia de equivalência em oposição a um inimigo comum, o que caracteriza uma relação antagônica e delimita uma fronteira discursiva (Laclau, 2013).

A cadeia de equivalência refere-se, portanto, ao processo pelo qual demandas distintas passam a ser articuladas como equivalentes dentro de um discurso político, contribuindo para a formação de uma identidade comum diante de um opositor compartilhado. Como explica Pinto (2006), no discurso eleitoral essa articulação busca “construir a hegemonia”, aproximando interesses diversos ao apresentar as demandas de um grupo como se representassem o interesse de um conjunto mais amplo. Isso permite que reivindicações distintas sejam reunidas em um mesmo projeto discursivo. Na prática, essas demandas podem incluir, por exemplo, pautas como liberdade econômica, combate à “doutrinação ideológica” nas escolas, defesa da posse de armas e apoio ao agronegócio, bem como reivindicações por saúde e educação públicas de qualidade, direitos das mulheres, pautas de gênero, demandas indígenas ou questões ambientais. Mesmo distintas, elas podem ser integradas a um mesmo discurso quando passam a se orientar contra um mesmo inimigo.

Nesse sentido, a prática articulatória refere-se ao processo pelo qual diferentes elementos se conectam e adquirem novos sentidos dentro de uma configuração discursiva específica. Como explica Ferreira (2011, p. 15), “o sentido de algo é sempre determinado por sua relação com outros elementos”, indicando que os significados não existem isoladamente, mas emergem das articulações que os vinculam. Laclau e Mouffe (2015) destacam que essa articulação ocorre em torno de pontos nodais, significantes centrais que organizam temporariamente os demais elementos de uma formação discursiva. Ao serem articulados, elementos linguísticos e não linguísticos deixam de operar como unidades isoladas e passam a integrar um sistema de significados.

Na definição de prática articulatória, Laclau e Mouffe (2015) explicam que os elementos se organizam a partir de um ponto nodal, entendido como um significante vazio que funciona como centro provisório de articulação. Os significantes vazios são termos que não possuem um significado fixo, o que permite que sejam preenchidos por diferentes sentidos e articulem distintas demandas no espaço discursivo. Ao serem conectados a esse ponto nodal, os elementos passam a atuar como momentos dentro de uma formação discursiva: continuam sendo elementos, mas ganham novas

funções e sentidos conforme a articulação em que são inseridos. Um mesmo elemento, assim, pode ocupar posições distintas em discursos diferentes, transformando-se de acordo com as relações que estabelece. Para Laclau, o discurso se forma justamente a partir dessas articulações, que organizam elementos e momentos em meio às disputas presentes no espaço social (Ferreira, 2011).

No discurso político, essa dinâmica se torna particularmente evidente, pois ele busca continuamente estabelecer significados em um cenário marcado por disputas. O discurso político é, portanto, inerentemente dinâmico e frágil, uma vez que seus sentidos estão constantemente ameaçados e dependem da desestabilização dos discursos adversários para se consolidarem. Ele não existe de forma isolada, mas em um jogo permanente de significações em disputa. Com isso, a análise do discurso político deve considerar tanto sua capacidade de desconstruir o outro quanto a maneira como constrói sua própria identidade em oposição ao inimigo (Pinto, 2006).

Em resumo, compreender um discurso político exige observar não apenas como ele constrói sua própria identidade, mas também como ele se contrapõe a outros discursos, organiza demandas e articula significantes no espaço social. Esse conjunto de elementos fundamenta a base teórico-conceitual que orienta a análise do discurso de Pablo Marçal ao longo desta pesquisa. No capítulo seguinte, serão apresentados os procedimentos metodológicos adotados, incluindo a abordagem da pesquisa, a definição do corpus discursivo e a técnica de análise utilizada.

3 Metodologia

A presente pesquisa adota uma abordagem qualitativa, voltada para a compreensão aprofundada dos fenômenos sociais, valorizando os significados atribuídos pelos sujeitos às suas experiências e o contexto em que estão inseridos (Godoy, 1995). Essa abordagem é caracterizada pela ênfase na perspectiva do outro, que busca interpretar os dados em sua complexidade. Segundo Creswell (2010) a pesquisa qualitativa é especialmente apropriada quando se deseja explorar um problema em profundidade, levando em consideração os aspectos sociais, culturais e históricos que o constituem. O/a pesquisador/a, nesse processo, assume um papel ativo na construção do conhecimento, reconhecendo que sua própria posição influencia a interpretação dos dados.

Diferentemente da abordagem quantitativa, que parte de variáveis e hipóteses previamente delimitadas para mensuração de dados, a pesquisa qualitativa trabalha com questões abertas, que se desenvolvem ao longo da investigação, permitindo a consideração da subjetividade e da complexidade dos fenômenos (Godoy, 1995). Essa abordagem tem como foco o processo social e a construção do conhecimento a partir da realidade vivida (Creswell, 2010), o que a torna adequada para buscar compreender o discurso de Pablo Marçal na campanha eleitoral à Prefeitura de São Paulo em 2024. Por fim, vale destacar que, embora se recorra a uma etapa quantitativa para a definição do corpus discursivo, procedimento que será detalhado adiante, a análise dos dados será guiada pelos princípios da abordagem qualitativa.

Assim, a partir do que foi exposto no capítulo anterior, utiliza-se como método para este trabalho a análise de discurso, que diferente da análise de conteúdo, se ocupa dos sentidos produzidos no discurso, reconhecendo que esses sentidos são múltiplos, históricos e ideologicamente marcados. Ou seja, a análise de discurso é um método interpretativo que articula linguagem, ideologia e história. Segundo Caregnato e Mutti (2006), nesse método, o discurso não é visto como algo que vem apenas da vontade individual, mas como resultado de influências sociais e históricas que moldam o que o sujeito diz. Por isso, a análise de discurso procura entender os sentidos que aparecem nas falas, textos ou outras formas discursivas, analisando a relação entre o que é expresso, o contexto em que é dito e a posição social de quem fala.

As duas autoras citadas acima complementam a visão de Lima (2003), que argumenta que a análise de discurso não parte da suposição de que a linguagem é

neutra ou transparente, mas entende que os sentidos são sempre construídos em meio a disputas simbólicas e ideológicas. O sujeito, nessa abordagem, não é visto como origem do discurso, mas como um efeito de formações discursivas e de um conjunto de condições de produção que o antecedem. O discurso, portanto, é um efeito de sentido, cuja compreensão exige a análise das relações entre os elementos que o constituem.

Como dito anteriormente por Pinto (2006), o discurso deve ser compreendido como uma tentativa de fixar sentidos em meio a disputas simbólicas, e para esta análise de discurso, será utilizada a Teoria do Discurso de Ernesto Laclau e Chantal Mouffe (2015) de referencial analítico, com o intuito de compreender a construção discursiva do candidato Pablo Marçal em sua campanha eleitoral de 2024, e alcançar os respectivos objetivos específicos do trabalho: identificar os antagonismos construídos em seu discurso; verificar quais demandas se articulam nesse discurso; e, refletir sobre a relação entre o discurso de campanha de Marçal e sua identidade de *outsider* no contexto digital.

Sendo assim, é importante primeiro explicar a construção de alguns capítulos construídos neste trabalho, para uma melhor compreensão da trajetória feita até chegar nos resultados. O capítulo quatro, “Quem é Pablo Marçal? A construção de uma trajetória pública”, que é o próximo a ser explorado, contou com diferentes tipos de fontes para ser escrito. Como base central, foi utilizado o vídeo autobiográfico publicado em 2022 no canal oficial do candidato no YouTube, intitulado “Esta é a minha história”. Nele, Marçal apresenta uma linha do tempo de sua vida, do nascimento até 2022, narrando os acontecimentos enquanto desenhos ilustrativos surgem na tela. O vídeo foi produzido no contexto de sua pré-candidatura à Presidência da República nas eleições de 2022, funcionando como uma forma de apresentar sua trajetória ao público. A partir desse material, foi possível reconstituir elementos de sua vida pessoal e profissional até sua entrada na política. Complementarmente, outras fontes jornalísticas e publicações de artigos foram utilizadas para verificar, aprofundar e contextualizar as informações apresentadas, permitindo a construção do capítulo de forma mais completa.

Já no capítulo cinco, dedicado à discussão dos dados, primeiramente foi realizada uma análise exploratória das redes sociais de Pablo Marçal (PRTB), considerando que o candidato não teve acesso ao horário eleitoral gratuito na televisão e no rádio e concentrou sua propaganda política nas plataformas digitais.

Diante da relevância das redes sociais para Marçal durante o período eleitoral, optou-se por realizar a pesquisa com base em suas contas oficiais, a fim de compreender sua campanha eleitoral. A análise exploratória mostrou-se necessária para definir qual rede social seria pesquisada, em razão da existência de diversos perfis em diferentes plataformas. Além disso, é importante esclarecer, que o Plano de Governo do candidato também foi selecionado para a análise.

Em uma análise exploratória do material de campanha, foram visualizadas as principais plataformas digitais utilizadas por Pablo Marçal durante o período oficial de campanha² do dia 16 de agosto ao dia 05 de outubro de 2024. No quadro abaixo se encontram as principais redes sociais de Marçal e a quantidade de conteúdos presentes em cada uma durante o período selecionado³.

Quadro 1: Quantidade de conteúdo das redes sociais de Marçal no período eleitoral (16 ago. 2024 a 05 out. 2024)

Rede social	Nome da conta	Quantidade de conteúdos
Youtube	Pablo Marçal Canal Oficial	24
Instagram	@pablomarc1	1027
Facebook	Pablo Marçal	03
X	@pablomarc1	185

Fonte: Elaborado pela autora com base nas informações das redes sociais em 19 mar. 2025.

Considerando a quantidade de material online existente, e que algumas plataformas possuem as mesmas publicações, buscou-se fazer uma seleção das redes sociais que seriam consideradas mais produtivas e adequadas para responder o problema e desenvolver a pesquisa. Após uma minuciosa análise das publicações de cada conta oficial de Marçal, chegou-se à conclusão que o Instagram seria a plataforma mais completa, uma vez que os materiais das outras redes também se encontram publicados nele, como cortes de vídeos de entrevistas, debates, *lives* e diversos outros conteúdos no período de 16 de setembro a 05 de outubro de 2024.

² Durante a análise exploratória, também foram consideradas sabatinas e entrevistas realizadas no período oficial da campanha e disponibilizadas em outros canais do YouTube. No entanto, esses materiais foram descartados, uma vez que seus principais trechos já apareciam recortados e reelaborados no Instagram de Pablo Marçal, além de representarem um volume muito amplo de conteúdos.

³ As contas secundárias foram descartadas, com exceção do Youtube, em que a conta principal intitulada “Pablo Marçal” não havia materiais no período eleitoral oficial, então optou-se por sua segunda conta, utilizada por ele naquele momento.

Além disso, nesse período, o X foi banido do Brasil por descumprimento de decisões judiciais⁴, do dia 30 de agosto de 2024 ao dia 08 de outubro de 2024, o que acabou afetando a quantidade de postagens nessa rede. E, durante o período eleitoral, o candidato também enfrentou diversos banimentos de suas contas em redes sociais devido a decisões judiciais que visavam coibir práticas consideradas abuso de poder econômico e desinformação. Isso responde porque algumas redes sociais possuem uma grande quantidade de conteúdos e outras não, e também, porque o candidato criou contas reservas (secundárias).

3.1 Coleta e amostra do material

Após a análise exploratória das redes sociais de Pablo Marçal no período eleitoral de 2024, decidiu-se utilizar apenas a plataforma Instagram, por ser a rede social mais completa e que agrega conteúdo das outras plataformas do candidato no período de campanha. Com isso, primeiramente foi feita a coleta das 1027 publicações na conta de Marçal, @pablomarcal1, no Instagram, a partir da extensão gratuita para o navegador Google Chrome intitulada InstaData⁵. Após a coleta, o InstaData organiza todas publicações raspadas em uma tabela de Excel, contendo a legenda do *post*, a data de publicação, *hashtags* (caso tenha) e tipo de publicação, separando *post* (apenas imagem com legenda) de *reel* (Postagem em formato de vídeo). Logo, foi feita uma análise exploratória das postagens coletadas da rede, para entender de que se tratavam as publicações no período de campanha. Ainda assim, por ser uma vasta quantidade de materiais, pensando que a maioria das publicações são vídeos, e até *lives* maiores, e considerando o tempo para o desenvolvimento deste Trabalho de Conclusão de Curso, decidiu-se definir uma amostra representativa desse material.

⁴ Em 30 de agosto de 2024, o ministro Alexandre de Moraes, do Supremo Tribunal Federal (STF), determinou a suspensão da rede social X (antigo Twitter) no Brasil por descumprimento de decisões judiciais, como a falta de indicação de um representante legal no país e o não bloqueio de contas determinadas pela Justiça (Tavares, 2024). Após pouco mais de um mês, em 8 de outubro, Moraes autorizou o retorno da plataforma, após a empresa cumprir todas as exigências estabelecidas. Para que o X voltasse a operar, foi necessário indicar um representante legal no país, bloquear perfis de nove investigados e quitar multas que somavam cerca de R\$ 28,6 milhões (G1, 2024c).

⁵ Desenvolvida no âmbito do Grupo de Pesquisa Ideologia e Análise de Discurso da Universidade Federal de Pelotas, que faz raspagem de publicações de contas do Instagram. A raspagem de dados nas redes sociais é uma técnica que utiliza programas para extrair informações publicamente disponíveis em redes sociais, como textos de postagens, comentários, vídeos etc. O InstaData permite coletar grandes volumes de dados de maneira sistemática, superando limitações de coleta manual.

O conceito de amostra varia conforme a abordagem metodológica adotada, na pesquisa quantitativa, frequentemente, a amostra é entendida como uma fração representativa de uma população maior, construída segundo critérios estatísticos (Babbie, 1999). Já na pesquisa qualitativa, a amostra costuma ser intencional, com foco no sentido dos fenômenos sociais, priorizando a diversidade dos casos e sua relevância teórica, e não a generalização estatística (Godoy, 1995). No presente trabalho, embora a análise seja qualitativa, a definição do corpus discursivo utilizou uma estratégia quantitativa de amostragem aleatória simples, por se tratar de uma técnica que garante que todos os elementos da população, nesse caso, as publicações feitas por Pablo Marçal, entre 16 de agosto e 05 de outubro de 2024, tenham igual probabilidade de seleção, conferindo representatividade ao material escolhido (Babbie, 1999). Essa escolha visa assegurar que a amostra reflita a variedade de conteúdos postados durante o período eleitoral. Importante destacar que o uso dessa técnica quantitativa se limita apenas à etapa de seleção do corpus, mantendo-se a abordagem analítica do tipo qualitativa.

Dito isso, foi calculada uma amostra das 1027 postagens do Instagram com base nos parâmetros de um nível de confiança de 90% e margem de erro de 5%, tendo sido calculado um tamanho amostral de 216 publicações. O processo de sorteio da amostra foi realizado com o auxílio do sistema de inteligência artificial desenvolvido pela OpenAI, intitulado ChatGPT, que a partir da base de dados original em formato Excel, automatizou a escolha das 216 postagens. E, essa ferramenta foi utilizada exclusivamente como meio técnico de execução da amostragem, sem interferência na seleção do conteúdo, garantindo assim a neutralidade do processo e a representatividade estatística da amostra.

Após a amostra, foi criado um outro documento de Excel, com as mesmas informações da tabela que continha todas as 1027 postagens, para os 216 materiais que foram selecionados. Logo, foram baixados todos os vídeos (*reels* e *lives*) que estavam presentes nessa nova tabela, e após isso, foi feita a transcrição de cada um desses vídeos com o programa de transcrição automática Whisper Open IA⁶, conforme as técnicas propostas por Lange (2025). Depois da transcrição automática

⁶ Programa de transcrição automática desenvolvido no Grupo de Ideologia e Análise de Discurso da Universidade Federal de Pelotas. Todas as informações sobre como utilizar a extensão gratuita InstaData, e o programa de transcrição automática Whisper Open IA, constam no site do Grupo de Pesquisa Ideologia e Análise de Discurso (GP IdAD, s.d).

utilizando o programa, foi feita a revisão de cada uma das transcrições dos vídeos manualmente.

3.2 Categorização dos dados

Após essa etapa, as 216 publicações transcritas e o Plano de Governo do candidato Pablo Marçal foram inseridos no software NVivo 11, uma ferramenta voltada à pesquisa qualitativa, que oferece recursos para armazenamento, codificação e análise de dados como textos, imagens e transcrições. A utilização do software permitiu organizar o material empírico e identificar padrões e recorrências relevantes para a análise da construção discursiva de Pablo Marçal nas eleições de 2024. A codificação no NVivo consiste em um processo de classificação dos dados qualitativos, no qual trechos do material são agrupados em categorias analíticas, possibilitando a interpretação dos sentidos mobilizados no discurso.

Desse modo, considerando os objetivos específicos deste trabalho, foram criadas categorias analíticas (denominadas nós no NVivo) e subcategorias (denominadas subnós), articulando os conceitos da Teoria do Discurso de Ernesto Laclau e Chantal Mouffe (2015) com os conteúdos analisados. Essa etapa teve como finalidade organizar o material empírico de forma sistemática, facilitando a identificação dos antagonismos e das demandas construídas ao longo da campanha eleitoral.

Inicialmente, para a amostra das 216 publicações, foram criadas duas categorias centrais: “Antagonismo” e “Demandas”, pensadas especificamente para identificar os antagonismos mobilizados no período da campanha e analisar quais demandas se articulam no discurso do candidato. No interior do nó “Antagonismo”, foram estabelecidas seis subcategorias a partir das próprias publicações analisadas: “Comunismo/Esquerda”; “Opositores Políticos”; “Sistema”; “Mídia”; “Justiça Eleitoral”; e “Governo Federal”. Cada uma dessas subcategorias corresponde, em diálogo com o conceito de antagonismo apresentado no Capítulo 3, a críticas, ataques e formas de oposição mobilizadas por Pablo Marçal em relação a diferentes sujeitos e instituições. Assim, quando o candidato dirigia críticas ao comunismo ou à esquerda, ou utilizava termos pejorativos para associar determinados sujeitos a essas ideologias, as publicações eram codificadas na subcategoria “Comunismo/Esquerda”. As postagens

relacionadas às críticas ao que o candidato denomina como “sistema” foram categorizadas no nó “Sistema”.

Da mesma forma, a subcategoria “Mídia” reuniu conteúdos em que Marçal criticava emissoras de televisão, jornalistas, meios de comunicação tradicionais e veículos de notícia em geral. Quando os ataques estavam relacionados a questões judiciais ou a processos eleitorais, os trechos foram codificados no nó “Justiça Eleitoral”. Já a subcategoria “Governo Federal” foi utilizada para agrupar falas e postagens direcionadas ao governo Lula e ao Partido dos Trabalhadores. Por fim, o nó “Opositores Políticos” foi destinado às menções e críticas aos demais candidatos da disputa eleitoral. Para facilitar a organização e a análise, essa subcategoria foi dividida em quatro subnós: “Guilherme Boulos”, “Ricardo Nunes”, “Datena” e “Tábata Amaral”, nos quais foram agrupadas as falas e postagens referentes a cada um desses opositores.

O nó denominado “Demandas” foi criado para agrupar as propostas de governo mobilizadas no discurso de Pablo Marçal no Instagram, dialogando diretamente com o conceito de demandas apresentado no Capítulo 2. Para essa categoria, em um primeiro momento, optou-se por não criar subcategorias, uma vez que o número de publicações relacionadas às propostas era reduzido e as demandas não apareciam de forma claramente delimitada no discurso, como será discutido no capítulo cinco.

Em um segundo momento da análise, após a codificação inicial de todo o material, foram identificadas subcategorias nomeadas a partir dos dados empíricos, conforme os temas recorrentes que emergiam das publicações analisadas. Assim, foram criados os seguintes subnós: “Emprego”; “Saúde”; “Virtualização”; “Infraestrutura” e “Esporte”. A categoria “Virtualização” refere-se a temas relacionados à tecnologia, à educação, à segurança e à empresarialização. Já a categoria “Infraestrutura” agrupa temas relacionados à infraestrutura urbana da cidade, como habitação, mobilidade urbana, saneamento e limpeza urbana.

Além dessas categorias centrais, e com o objetivo de responder de forma mais consistente à problemática de pesquisa e aos objetivos deste trabalho, ao longo do processo de codificação foram criados novos nós sempre que determinados elementos discursivos se mostravam recorrentes e analiticamente relevantes. Nesse sentido, foi criado o nó “Religiosidade”, utilizado para agrupar falas e postagens em que o candidato mobilizou referências à religião e a Deus.

Seguindo essa mesma lógica, foi criado o nó “*Coach* e Empreendedorismo”, destinado a conteúdos relacionados à linguagem motivacional, ao discurso empreendedor, à narrativa sobre sua trajetória de vida, bem como a falas que mobilizavam ideias de mérito, superação, prosperidade financeira e sucesso individual. De forma semelhante, criou-se um nó específico para “Prosperidade”, termo amplamente utilizado no discurso do candidato. Assim, toda vez que as publicações faziam referência à ideia de prosperar ou de prosperidade, independentemente do campo em que aparecia, eram codificadas nessa categoria. Também foi criado o nó “Sujeito Marçal”, devido à recorrência de publicações em que o candidato se descreve a partir de atributos que reforçam sua própria imagem pública, como quando se apresenta como “servo do povo” e outras formas de autodefinição.

Por fim, ao final do processo de codificação, foi criado o nó 'Bolsonaro', por se tratar de um elemento relevante no discurso do candidato. O ex-presidente aparece citado nas redes sociais e, em alguns momentos, é representado por meio de imagens ou manifestações a seu favor. A seguir, o Quadro 2 apresenta de forma ilustrativa os nós criados no NVivo 11, indicando a quantidade de arquivos codificados (denominados “fontes”) e o número de referências associadas a cada categoria, considerando que uma mesma publicação pode conter mais de uma referência codificada.

Quadro 2: Categorias (nós) criados no NVivo 11

Nome do nó	Fontes	Referências
Antagonismo	66	153
Demandas	18	31
Sujeito Marçal	50	80
Religiosidade	26	40
<i>Coach</i> e Empreendedorismo	23	31
Prosperidade	26	40
Bolsonaro	22	27

Fonte: Elaborado pela autora com base na criação dos nós no NVivo 11 em 20 jan, 2026.

O Quadro 3 detalha especificamente os subnós criados dentro da categoria “Antagonismo”, permitindo visualizar com maior precisão como as referências se

distribuíram entre os diferentes sujeitos e instituições que aparecem no discurso do candidato.

Quadro 3: Subcategorias (subnós) criados dentro da categoria “Antagonismo” no NVivo 11

Subnós Antagonismo	Fontes	Referências
Comunismo/Esquerda	24	36
Opositores Políticos	57	95
Sistema	15	31
Mídia	11	15
Justiça Eleitoral	9	24
Governo Federal	9	14

Fonte: Elaborado pela autora com base na criação dos *subnós* do “Antagonismo” no NVivo 11 em 20 jan, 2026.

Vale destacar que, antes da análise das publicações do Instagram, realizou-se uma leitura do Plano de Governo para familiarização com seu conteúdo, no entanto, a codificação desse material só foi iniciada depois. Nesse momento, criou-se um novo documento no NVivo exclusivamente para o Plano, a fim de organizar o material de maneira independente e relacionar o discurso mobilizado nas redes sociais com aquele presente no documento institucional. As categorias de análise foram definidas a partir da própria estrutura do Plano de Governo, seguindo seus eixos temáticos, que foram sistematizados como categorias analíticas: “Gestão Pública”, “Segurança”, “Desenvolvimento Social e Econômico”, “Educação e Esporte”, “Saúde e Atividades Físicas”, “Habitação, Mobilidade e Vida Urbana”, “Proteção ao Meio Ambiente, Bioeconomia e Economia Circular”, “Virtualização” e “Turismo e Internacionalização”. Dessa forma, os procedimentos metodológicos aqui apresentados permitem compreender como o discurso de Pablo Marçal foi analisado tanto em suas publicações nas redes sociais quanto em seu Plano de Governo. O capítulo seguinte dedica-se a contextualizar o estudo, por meio da exposição da trajetória de vida do candidato Pablo Marçal.

4 Quem é Pablo Marçal? A construção de uma trajetória pública

Este capítulo busca apresentar quem é Pablo Marçal e reconstruir sua trajetória até sua entrada na política. Mais do que uma contextualização biográfica, trata-se de compreender como essa trajetória é mobilizada pelo próprio candidato, constituindo um elemento importante de sua construção discursiva, posteriormente atualizada na campanha de 2024. Para isso, sua biografia é organizada em três seções. Na primeira parte, são apresentados seu local de nascimento, contexto econômico da sua família na infância, os primeiros empregos, sua formação e o início de sua habilidade de empreender. Na segunda seção, baseada fundamentalmente em vídeo autobiográfico, detém-se mais sobre sua carreira como empreendedor, como enriqueceu, sua relação com o mundo digital e suas palestras motivacionais (*coaching*). E, por fim, na terceira parte será abordada sua entrada para o mundo político em 2022.

4.1 Das origens ao diploma em Direito: a formação de Pablo Marçal

Pablo Henrique Costa Marçal nasceu em 18 de abril de 1987, em Goiânia (Goiás), sendo o caçula entre três irmãos. Em seu vídeo autobiográfico intitulado “Esta é a minha história – Pablo Marçal”, publicado em 2022 no YouTube (Marçal, 2022), relata que nasceu dentro de um carro, antes que sua mãe conseguisse atendimento no hospital. Filho de um funcionário público e de uma empregada doméstica, cresceu em uma família de poucos recursos e, por conta da situação financeira dos pais, estudou majoritariamente em escolas públicas. Quando tinha seis anos de idade, seus pais se separaram, segundo ele, isso teve grande impacto emocional.

Marçal passou por condições adversas na infância, aos nove anos começou a trabalhar guardando carros, motivado pelo desejo de comprar um brinquedo. Seu pai teria dito que, se quisesse algo, deveria conquistar por esforço próprio, até porque sua condição financeira era limitada, e essa lição o marcou profundamente (Carreira, 2022). Nessa mesma época, teve seu primeiro contato com a fé cristã e, aos 11 anos, foi batizado. Depois disso, começou a “amar a palavra”. Aos 12 anos, após ler o livro

Pai Rico, Pai Pobre, de Robert Kiyosaki⁷, decidiu que se tornaria milionário até os 60 anos.

Durante a infância e adolescência, viveu em zonas periféricas de Goiás e afirma ter convivido com amigos expostos à criminalidade, às drogas, à violência e à sexualidade precoce. Porém, considera que sua relação com “a palavra” o manteve em um caminho distinto (Marçal, 2022). Adolescente, passou a ajudar na empresa de sua mãe⁸, fazendo controle de planilhas e documentos, e teve sua primeira carteira assinada como operador de som na Igreja Videira (igreja cristã evangélica).

Mais tarde, passou a consertar computadores na Igreja Videira. No entanto, em 2005, aos 18 anos, Pablo Marçal foi detido temporariamente pela Polícia Federal em Goiânia na chamada Operação Pegasus, que investigava um esquema de golpes virtuais por meio de e-mails fraudulentos (*phishing*). Ele foi acusado de participar da quadrilha ao programar sistemas que capturavam endereços de e-mail utilizados para enviar mensagens falsas em nome de instituições bancárias (UOL, 2024a). Embora tenha sido denunciado por furto qualificado, formação de quadrilha e quebra de sigilo bancário, ele sempre negou envolvimento direto com os crimes e alega que sua função era exclusivamente a de manutenção dos computadores da instituição religiosa (Brasil Paralelo, 2024). Assim, após colaborar com a investigação, fornecendo informações sobre os demais envolvidos, foi solto. Uma consequência desse episódio se deu em 2010, quando foi condenado em primeira instância a quatro anos e cinco meses de prisão por furto qualificado (UOL, 2024b), no entanto, o processo se estendeu por mais de uma década e, em 2018, o Tribunal Regional Federal da 1ª Região reconheceu a prescrição da pena, com base no fato de que Marçal era menor de 21 anos à época dos fatos, extinguindo a possibilidade de cumprimento da sentença (UOL, 2024a).

Ainda em 2005, ingressou como atendente de *call center* na empresa Brasil Telecom. Lá, destacou-se rapidamente, tornando-se instrutor, depois supervisor, logo coordenador de operações, e por fim, executivo de operações de TV por assinatura e pós-venda. Em seu vídeo autobiográfico, relata que, após quase oito anos na

⁷ Publicado originalmente em 1997 nos Estados Unidos, tornou-se um *best-seller* mundial na área de educação financeira. O autor questiona a eficácia do sistema educacional tradicional ao preparar os jovens para os desafios do mundo real e propõe uma reeducação sobre como lidar com o dinheiro, contrastando a mentalidade tradicional de segurança no emprego com a lógica do empreendedorismo.

⁸ Não foram encontrados documentos que identifiquem o tipo de empresa, e nem como a mãe de Pablo Marçal começou seu empreendimento.

empresa, chegou a ser o executivo mais jovem em sua área (Marçal, 2022). Essa experiência, segundo ele, foi fundamental para sua formação profissional e para seu desenvolvimento como líder.

Nesse mesmo ano, iniciou o curso de Direito na Universidade Paulista (UNIP). Marçal conciliava o trabalho com os estudos e, em alguns períodos, vendia o vale-transporte para pagar uma bicicleta, com a qual se locomovia até a faculdade e o trabalho (Brasil Paralelo, 2024). Também relata que, durante a graduação, realizava trabalhos acadêmicos para colegas que não queriam estudar. Seu desejo inicial era se tornar delegado federal, motivado pela sensação de injustiça que sentia em vários momentos de sua vida. A formação jurídica, segundo ele, o ajudaria mais tarde no mundo dos negócios (Marçal, 2022).

Com o tempo, seu interesse pelo Direito foi diminuindo, enquanto crescia profissionalmente na Brasil Telecom. Quando entendeu como funcionava uma instituição multimilionária, ele pediu demissão na empresa de telefonia, e foi atuar na empresa de seu sogro e sua esposa⁹. Após isso, também passou a ser convidado para organizar eventos presenciais, inicialmente voltados a treinamentos e *workshops*. Conciliando o emprego e a faculdade, percebeu seu potencial na área de empreender, e em um desses eventos, afirma ter faturado mais do que em sete anos trabalhando na empresa Brasil Telecom, e foi nesse momento que começou a abrir os olhos para o empreendedorismo (Marçal, 2022).

4.2 O empreendedor digital: *coaching*, redes sociais e ascensão financeira

Ao concluir a graduação, em 2010, Pablo Marçal já era casado com Ana Carolina de Carvalho Marçal, com quem permanece até hoje, sendo pai de dois filhos. Nesse momento, sua jornada no empreendedorismo começava a se consolidar. Atuando na empresa da família, liderou projetos voltados à exportação, envolveu-se com a confecção e venda de roupas e teve contato direto com a realidade de uma empresa de pequeno porte, diferente de sua experiência anterior na multinacional Telefônica. Conforme relata (Marçal, 2022), foi nesse período, mais precisamente em

⁹ Não foi possível identificar, em fontes públicas ou no próprio material autobiográfico analisado, o nome da empresa pertencente ao sogro e a esposa de Pablo Marçal na qual ele afirma ter trabalhado após deixar a Brasil Telecom. As referências disponíveis mencionam apenas que se tratava de uma empresa familiar do ramo de confecção/moda, sem especificação formal.

2014, que atingiu seu primeiro milhão de reais, aos 27 anos. Esse objetivo havia sido estabelecido muito antes do seu objetivo inicial, como citado na seção anterior.

Dois anos depois, em 2016, Marçal decidiu se desligar da empresa familiar. Relatou ter elaborado uma lista de tarefas necessárias para reorganizar e melhorar sua vida e, segundo ele, a última meta dessa lista era a própria demissão, por ser “o funcionário mais caro da empresa” (Marçal, 2022). A decisão foi criticada por seu sogro, que se preocupava com o futuro da filha e dos netos. Marçal, porém, afirmou ter respondido: “Até aqui foi o senhor que nos ajudou e nos prosperou, nada vai me faltar” (Marçal, 2022, 15min49s). Considerada por ele a melhor decisão de sua vida, essa atitude marcou sua transição definitiva para o universo do empreendedorismo. Pouco depois, firmou seu primeiro contrato de consultoria, voltado ao setor de confecção e moda, área em que passou a atender empresários interessados em reorganização de processos e gestão empresarial¹⁰. A partir desse momento, passou a compreender com mais clareza o funcionamento e o potencial do mundo dos negócios, o que o impulsionou a seguir sua trajetória como empreendedor, *coach* e influenciador digital (Marçal, 2022).

Logo, Pablo Marçal começou a ministrar treinamentos voltados à gestão do tempo, temática que, segundo ele, teve impacto direto em sua própria vida. Ao adotar esse método, passou a reorganizar prioridades, eliminar a prolixidade e aprimorar sua objetividade. Esse processo de transformação pessoal também refletiu em sua atuação como mentor, ao compartilhar seus aprendizados com outras pessoas. A crescente demanda do público por mais conteúdos o levou a desenvolver o método IP (sigla para “Identidade e Propósito”)¹¹, programa voltado ao autoconhecimento e à definição de metas pessoais e profissionais, consolidando-se como um dos produtos mais representativos de sua atuação no universo do *coaching* (Marçal, 2022).

Em 2018, lançou seu livro *O Antimedo*, que segundo ele, chegou a ser deletado e enviado para a lixeira por acreditar que ninguém se interessaria por sua leitura (Marçal, 2022). Contrariando o que foi pensado, o livro acabou se tornando um *best-seller*. No mesmo ano, realizou seu primeiro grande evento presencial, no Centro de

¹⁰ Embora Marçal afirme ter firmado seu primeiro contrato de consultoria com empresários do setor de confecção, não há, nas fontes públicas consultadas, identificação do nome da empresa ou do cliente específico. O próprio vídeo autobiográfico e reportagens que reconstroem sua trajetória mencionam apenas o ramo de atuação, sem detalhar o contratante.

¹¹ O método IP é um treinamento desenvolvido por Pablo Marçal com foco na descoberta da identidade e do propósito de vida, por meio de imersões e mentorias (Marçal, 2025).

Convenções de Goiânia¹². A repercussão foi surpreendente e o levou a refletir sobre sua crescente popularidade, ainda que contasse com apenas 18 mil seguidores no Instagram na época.

Atualmente, Pablo Marçal é autor de diversos livros voltados ao desenvolvimento pessoal, empreendedorismo e enriquecimento financeiro, com destaque no mercado editorial brasileiro. Entre os títulos mais conhecidos estão *O Antimedo*, que também conta com uma versão infantil, *Antimedo Kids*, e uma tradução para o espanhol. Além dele, publicou obras como *Os Caminhos que Levam à Riqueza*, *Os Códigos do Milhão*, *Como Fazer um Milhão Antes dos 20*, *Million Mind*, *A Arte de Negociar* e *Os Códigos do Mindset da Prosperidade* (Hur, 2025).

Após essa fase inicial de crescimento, mudou-se para São Paulo em 2019, morando em Alphaville, no município de Santana de Parnaíba, região que descreve como “muito abençoada” (Marçal, 2022). Suas empresas, por sua vez, estão localizadas em Barueri (São Paulo). Essa mudança marcou o início de uma nova etapa em sua trajetória profissional e pessoal. Com isso, em São Paulo, Marçal começou a se reunir com pessoas influentes, relatando ter participado de encontros com bilionários como Flávio Augusto, João Apolinário, Janguê Diniz e Carlos Wizard¹³, amizades que foram fundamentais para transformar sua mentalidade. Marçal considera esses empresários seus mestres, com os quais aprendeu muito, e atribui a essas conexões o fortalecimento de sua prosperidade no universo digital (Marçal, 2022).

Com o avanço de seus negócios, adquiriu um *resort* em São Paulo e estabeleceu uma sede própria. Também, afirma viver em uma mansão, o que considera uma conquista impensável em sua infância. Apesar do conforto e das conquistas materiais, ele reforça que mantém uma vida simples, como sempre foi, e valoriza essa simplicidade (Marçal, 2022). Além dos negócios, Marçal (2022) diz

¹² O Centro de Convenções Goiânia (CCGO) é um dos principais e mais estruturados espaços de eventos da capital, o que reforça a relevância de Marçal ter realizado ali seu primeiro grande evento presencial. De acordo com informações institucionais, o local dispõe de ampla infraestrutura, com capacidade para quase duas mil pessoas (Centro de Convenções Goiânia, 2015). Não há, contudo, fontes públicas que indiquem o público presente ou se o evento alcançou lotação.

¹³ São empresários brasileiros bilionários, conhecidos por construírem grandes impérios nos setores de educação, varejo e franquias no país: Flávio Augusto, fundador da Wise Up (Bernardo, 2019); João Apolinário, criador da Polishop (Galina, 2020); Janguê Diniz, fundador do Grupo Ser Educacional (Velo, 2020); e Carlos Wizard, fundador do Grupo Multi, dono da escola de idiomas Wizard (Manzoni, 2017).

investir em desenvolvimento pessoal e aprendizado constante. Dessa forma, tornou-se piloto de corrida e está estudando para se tornar piloto de avião, com o objetivo de pilotar seu próprio jato e helicóptero. Conforme afirma, a paixão pelo aprendizado o motiva a criar diversos treinamentos e métodos de ensino, especialmente voltados para o funcionamento do cérebro.

Ainda em 2019, Pablo Marçal participou do projeto “Comunidade Sustentável de Camizungo”, no vilarejo de Camizungo, em Angola, coordenado pela ONG cristã Atos, sob liderança do pastor Itamar de Almeida Vieira. A proposta previa a construção de 300 casas ecológicas, financiadas por leilões beneficentes que arrecadaram cerca de R\$ 4,5 milhões, dos quais aproximadamente R\$ 1,5 milhão foi destinado à construção das 26 primeiras moradias com tijolos ecológicos e mão de obra local (UOL, 2024c). Marçal (2022) afirma que a iniciativa contou com parcerias internacionais e que o objetivo era “construir umacidade” junto a outros agentes globais. No entanto, o projeto gerou controvérsias: foram apontadas divergências entre os valores arrecadados e os recursos efetivamente aplicados, além de um aumento populacional que sobrecarregou a infraestrutura local, mantendo precários o saneamento e o fornecimento de energia elétrica (UOL, 2024c).

Em 2020, ano marcado pela pandemia da Covid-19, declarada oficialmente pela Organização Mundial da Saúde em março daquele ano, Pablo Marçal acredita ter sido a pessoa que mais realizou transmissões ao vivo pela internet no Brasil. Segundo ele essa intensa produção de conteúdo online contribuiu para o crescimento acelerado de sua presença digital, alcançando uma audiência de aproximadamente 10 milhões de pessoas em todas as plataformas que administra (Marçal, 2022). Com a proibição de eventos presenciais decorrente da pandemia, Marçal intensificou sua atuação especialmente no YouTube, onde, segundo Padovani (2023), realizou 174 *lives* durante esse período. Essas transmissões tinham o propósito de difundir conteúdos motivacionais, espirituais e de empreendedorismo, além de fortalecer o engajamento e a fidelidade do público.

As transmissões seguiam dois formatos principais: as *lives* matinais “4:59”, iniciadas antes do nascer do sol, nas quais aparecia sozinho, refletindo sobre versículos bíblicos e assuntos como família e negócios; e as *lives* noturnas, realizadas em auditório com público limitado, abordando temas como “Antimedio”, “Como Gerar Riqueza do Zero” e “Saia do Caixão”. Dessa maneira, conseguiu manter contato constante com sua audiência durante um momento de restrições sociais,

consolidando seu papel como influenciador digital em meio à crise sanitária (Padovani, 2023).

Ainda em 2020, lançou o *reality show* “*La Casa Digital*”, exibido no YouTube, que funcionava como uma estratégia de *marketing* para divulgar e vender seus infoprodutos¹⁴. O programa reunia 12 participantes que ficavam confinados durante 12 dias para aprenderem 12 habilidades fundamentais do mercado digital. Segundo Padovani (2023), a estética e o estilo do programa faziam referência a produções populares, como a série espanhola *La Casa de Papel*, o que ajudava a atrair e conectar especialmente um público jovem, já acostumado com o formato de *reality shows*.

Com as *lives* presenciais adaptadas para plateias reduzidas e protocolos de segurança, como uso de máscaras, Marçal expandiu seu modelo de negócio digital. Seu conteúdo passou a integrar elementos de motivação, ensino de *marketing* e espiritualidade, consolidando sua imagem como *coach*, empresário e influenciador. É importante esclarecer que o termo *coach* tem origem esportiva e se referia originalmente ao treinador que conduzia atletas rumo a objetivos específicos. Com o tempo, o conceito passou a ser utilizado para descrever pessoas que orientam indivíduos na busca por metas pessoais ou profissionais. Segundo Venancio (2023), o *coaching* é uma área sem regulamentação formal, o que possibilita a atuação de indivíduos com formações diversas ou até sem formação específica. Esses orientadores costumam adotar metodologias próprias e manter forte presença nas redes sociais para divulgar seus serviços, com o objetivo de estimular o desenvolvimento pessoal e aprimorar o desempenho por meio do autoconhecimento, da produtividade e da mudança de comportamento.

Em 2021, aos 34 anos, declarou que seu grupo empresarial havia atingido 10 dígitos em vendas totais, movimentando bilhões de reais (Marçal, 2022). Ele destaca que esse resultado não seria possível sem seus sócios e colaboradores, reconhecendo que, embora sua intenção inicial fosse construir tudo sozinho, o investimento de pessoas foi essencial para o sucesso. Ele afirma que sua marca pessoal é “multiplicar talento” e que essa é sua grande paixão (Marçal, 2022).

¹⁴ Infoprodutos são produtos digitais voltados à transmissão de conhecimento ou informação, distribuídos de forma online, sem suporte físico. Incluem formatos como e-books, cursos, *podcasts*, planilhas, vídeo-aulas e mentorias (Rosa, 2024).

Em janeiro de 2022, ano em que se lançou como candidato à presidência da República, Pablo Marçal envolveu-se em uma polêmica após conduzir um grupo de pessoas para subir uma montanha durante uma tempestade. Embora, de acordo com Marçal (2022), ninguém tenha se ferido, o episódio gerou ampla repercussão pública, o que, segundo ele, serviu como um aprendizado importante. O cenário polêmico foi porque a liderança da expedição ao Pico dos Marins, em Piquete (São Paulo), colocou em risco a vida de dezenas de pessoas. Com más condições climáticas, ventos de mais de 100 km/h, frio intenso e chuva, Marçal insistiu na subida com um grupo de cerca de 60 participantes. Trinta e duas pessoas precisaram ser resgatadas pelo Corpo de Bombeiros após barracas serem destruídas e integrantes apresentarem sinais de hipotermia (Venâncio, 2025; Rodrigues, 2022).

Em resposta às críticas, Marçal minimizou o episódio, declarando que “quem não quer correr risco fica em casa vendo *stories*” e alegando que ninguém foi obrigado a subir. No entanto, os bombeiros classificaram a iniciativa como “totalmente irresponsável”, ressaltando a necessidade de guias, equipamentos apropriados e respeito às condições climáticas. A expedição fazia parte de um treinamento motivacional promovido pelo *coach*, que foi acusado, pelas autoridades responsáveis pelo resgate, de despreparo e negligência¹⁵ (Rodrigues, 2022).

Diante de toda essa trajetória, é possível compreender como Pablo Marçal construiu reconhecimento e patrimônio. Seu império empresarial abrange pelo menos 21 empresas registradas na Receita Federal, com atuação em setores diversos como educação, consultoria, tecnologia, turismo, construção civil e investimentos, totalizando mais de R\$194 milhões em capital social (Galisi, 2024). Fundou a Casa do Saber Espiritual e o Instituto Brasileiro de *Coaching* Integral Sistêmico, além de publicar dezenas de livros e organizar eventos voltados ao crescimento pessoal e profissional. Embora a área do *coaching* receba críticas recorrentes, e Marçal se envolveu em algumas polêmicas, afirma que sua fortuna não se limita à venda de cursos, incluindo também empreendimentos como imóveis e *resorts* (Galisi, 2024).

¹⁵ Em maio de 2025, a Justiça de São Paulo aceitou a denúncia do Ministério Público contra Pablo Marçal pela expedição citada. A acusação baseou-se no artigo 132 do Código Penal, por colocar a vida ou saúde alheia em perigo iminente. Marçal rejeitou um acordo penal de cerca de R\$ 273 mil, negando responsabilidade e classificando o evento como uma “caminhada entre amigos” (UOL, 2025).

Segundo apurações jornalísticas¹⁶, existem ainda possíveis discrepâncias entre seus ativos registrados oficialmente e os declarados publicamente.

4.3 A candidatura presidencial em 2022: sua estrada na política

No início de 2022, simultaneamente à ampla repercussão da expedição ao Pico dos Marins, Pablo Marçal deu um novo passo em sua trajetória pública: lançou-se como pré-candidato à Presidência da República. Segundo o próprio Marçal (2022), essa decisão foi impulsionada por uma experiência espiritual vivida durante uma viagem à cidade de Gatlinburg, no estado do Tennessee, Estados Unidos. Enquanto esquiava em uma montanha, relatou ter recebido uma espécie de “chamado interior” para voltar sua atenção às atividades públicas e ao serviço à nação. A partir desse momento, afirma que seu coração foi “incendiado” por um sentimento de amor profundo pelo Brasil e pelo povo brasileiro, levando-o a abandonar temporariamente seus negócios privados para se dedicar à vida pública e política.

Ele conta que, ao tomar a decisão de ingressar na política, passou a pesquisar os partidos existentes no país e identificou falhas em todos os 33 registrados à época. Apesar disso, escolheu se filiar a um partido, no qual afirma ter levado 20 mil novos filiados em apenas um dia (Marçal, 2022), se propondo a servir àquele partido e confiando em sua decisão. Durante sua pré-candidatura, Pablo Marçal reforçou seu posicionamento como alguém guiado por princípios espirituais e por uma missão superior. Assim, declarou não se identificar com rótulos tradicionais da política como “esquerda” e “direita”, afirmando que sua orientação vinha “do alto” (Marçal, 2022). Segundo ele, sua trajetória como escritor, mentor e influenciador digital já havia impactado milhares de pessoas no país, ajudando-as a desenvolver o perdão, reconstruir famílias e empreender. O empreendedor interpretava sua entrada na política como consequência de um “destravar da nação”, defendendo que o Brasil tinha um papel de liderança global em um novo movimento espiritual e social (Marçal, 2022).

¹⁶ Pablo Marçal declarou à Justiça Eleitoral patrimônio de aproximadamente R\$193 milhões, mas omitiu uma empresa da qual é sócio e deixou de registrar cerca de R\$22 milhões em cotas societárias que constam na Receita Federal com valores superiores aos enviados ao Tribunal Superior Eleitoral. As divergências entre os dados declarados e os registros oficiais indicam possível subestimação ou omissão de bens, conforme previsto pelas normas do TSE (Bitar, 2024; Galisi, 2024).

Segundo Aguiar (2024), a proposta política de Marçal foi apresentada publicamente em um grande evento chamado “O Destravar da Nação”, realizado em 1º de maio de 2022 em Barueri (SP), que reuniu cerca de 20 mil pessoas. Combinando elementos religiosos e treinamento motivacional, o encontro reuniu apresentações musicais gospel, orações e palestras sobre empreendedorismo e inteligência emocional. Nesse cenário, Marçal formalizou sua pré-candidatura à presidência pelo Partido Republicano da Ordem Social (PROS). Se pronunciou promovendo o conceito de “governalismo”, definido como um sistema no qual cada indivíduo se torna “governador de si mesmo”, defendendo uma transformação mental e espiritual do povo brasileiro como base para o progresso nacional. Entre suas primeiras propostas estavam a criminalização total do aborto e a valorização do empreendedorismo como motor da prosperidade nacional.

No entanto, sua candidatura enfrentou problemas. Apesar de ter sido lançado pelo PROS como pré-candidato, o partido passou por uma reviravolta interna e, em nova convenção, retirou o apoio a Marçal e declarou apoio à coligação de Luiz Inácio Lula da Silva (Partido dos Trabalhadores). A decisão foi validada pelo TSE em 6 de setembro de 2022, que considerou legítima a segunda convenção do partido e, com isso, indeferiu o registro da candidatura de Marçal (Netto, 2022).

Após ter sua candidatura à Presidência barrada, Marçal registrou-se como candidato a deputado federal por São Paulo, substituindo Edinalva Jacinta de Almeida (PROS), que havia renunciado. Seu registro foi inicialmente indeferido pelo TRE-SP por falta de documentos, mas ele concorreu *sub judice*¹⁷. Com isso, seu nome apareceu na urna e recebeu 243.029 votos, que seriam suficientes para ser eleito (Gomes, 2022; G1, 2022a).

Dias depois, o Tribunal Regional Eleitoral de São Paulo aceitou o recurso de Marçal e validou sua candidatura, confirmando sua eleição e retirando o deputado Paulo Teixeira (PT) da lista dos eleitos. No entanto, o ministro Ricardo Lewandowski, do TSE, suspendeu a decisão, anulou o resultado e determinou a retotalização dos votos, devolvendo a vaga a Teixeira. Assim, Marçal voltou à condição de “indeferido com recurso”, encerrando sua breve eleição sob contestação (G1, 2022a; G1, 2022b).

¹⁷ *Sub judice* é a expressão utilizada pela Justiça Eleitoral para indicar que uma candidatura ainda está sob julgamento. Segundo o TSE, concorrer *sub judice* significa que o registro do candidato aguarda decisão final em recurso, permitindo sua participação provisória na eleição. Nesses casos, os votos recebidos são contabilizados, mas permanecem “congelados” até que haja uma decisão definitiva sobre a validade da candidatura (Gomes, 2022).

Apesar dos impasses judiciais e da anulação de sua eleição, Marçal não desistiu de sua missão na trajetória política. Em 2024, voltou ao cenário eleitoral, agora disputando as eleições municipais, em busca de sua missão pelo Brasil, e agora, pela capital de São Paulo.

5 “São Paulo é o futuro da nação”: os sentidos mobilizados no discurso de Pablo Marçal

Neste capítulo, são apresentados e discutidos os principais resultados da análise do discurso na campanha eleitoral de Pablo Marçal na disputa pela Prefeitura de São Paulo em 2025. A primeira seção examina o Plano de Governo do candidato, oferecendo uma visão geral e organizada de suas propostas formais. Na sequência, descreve-se de maneira ampla como Marçal utilizou as mídias sociais ao longo da campanha e os sentidos construídos nesse ambiente. A terceira seção se volta para a identificação e interpretação dos antagonismos recorrentes em seu discurso. Em um quarto momento, são analisadas as demandas mobilizadas e articuladas durante sua campanha. Por fim, o capítulo discute como esse discurso, atravessado por antagonismos, pela criação de demandas e pelo uso estratégico das redes, se relaciona com novas formas de fazer política na era digital. Isso inclui o uso intensivo das plataformas digitais, a adoção de uma linguagem inspirada no universo do *coaching*, a ênfase no empreendedorismo e na responsabilização individual, além da construção de uma autoimagem de *outsider* que caracteriza a atuação de Marçal no ambiente online.

5.1 O Plano de Governo

O Plano de Governo é um documento obrigatório apresentado pelos candidatos no momento do registro de suas candidaturas junto à Justiça Eleitoral. Sua função central é expor, de maneira organizada, as principais diretrizes, prioridades e propostas que orientam o projeto político de cada candidatura. Embora sua elaboração e extensão variem entre partidos e candidatos, o plano constitui um instrumento formal que sintetiza a visão de governo, os diagnósticos sobre a realidade social e as soluções pretendidas para o exercício do mandato.

Além de cumprir uma exigência legal, o Plano de Governo funciona como um importante objeto discursivo da campanha. Seguindo a Teoria do Discurso de Laclau e Mouffe (2015), entende-se que documentos oficiais também participam da disputa por sentidos, articulando demandas e organizando significantes que estruturam determinado projeto político. Assim, o Plano de Governo não se limita a listar propostas administrativas, ele produz uma leitura específica sobre a cidade e legitima

a visão de gestão que um candidato pretende apresentar. No caso de Pablo Marçal, observa-se como as propostas institucionais se articulam com o discurso mobilizado nas redes sociais, revelando continuidades entre esses dois espaços de enunciação. Esta seção, portanto, dedica-se a apresentar e examinar o Plano como uma forma de discurso do candidato.

De modo geral, no Plano é construída uma visão crítica da cidade, descrita como um território que teria perdido seu caráter de “terra da oportunidade” em razão de gestões anteriores que, segundo o texto, não teriam priorizado a prosperidade da população. Ao longo do documento, são recorrentes críticas à elevada carga tributária, às taxas municipais e ao excesso de burocracia, fatos apresentados como um obstáculo ao empreendedorismo, à geração de renda e à permanência de empresas na cidade. Associados a essas críticas, aparecem diagnósticos sobre problemas sociais e urbanos, como o crescimento da população em situação de rua, a precarização das periferias e favelas, a existência de áreas marcadas pelo uso de drogas, os baixos indicadores educacionais e as deficiências nos serviços de saúde.

Esses diagnósticos são sustentados pela combinação de dados estatísticos com descrições da realidade urbana e imagens que evidenciam situações de vulnerabilidade social, como a existência de esgoto a céu aberto e crianças em situação de rua. A partir desse conjunto de elementos, é enfatizado no Plano a gravidade dos problemas enfrentados pela cidade e são destacados temas considerados centrais para sua transformação, entre eles a gestão pública, a segurança, o desenvolvimento social e econômico, a educação, a saúde, a habitação, a mobilidade urbana e a proteção ambiental. A partir desse panorama, o documento organiza um conjunto de propostas distribuídas em eixos temáticos que orientam a leitura geral do plano. Entre os principais, estão: “Gestão Pública”, “Segurança”, “Desenvolvimento Social e Econômico – Jornada da Prosperidade”, “Educação e Esporte”, “Saúde e Atividades Físicas” e “Habitação, Mobilidade e Vida Urbana”. Também aparecem propostas relativas à proteção ambiental, bioeconomia e economia circular, virtualização dos serviços públicos, turismo e internacionalização. Ao reunir esses temas em torno da ideia de uma “cidade do futuro”, o plano articula significantes como modernidade, eficiência, segurança e prosperidade, que se conectam ao discurso mobilizado pelo candidato em suas redes sociais que mais tarde será apresentado.

De forma resumida, no que diz respeito à Gestão Pública, é enfatizada a modernização administrativa como condição para melhorar a eficiência da máquina pública. As propostas concentram-se na redução da burocracia, na digitalização de atendimentos e na simplificação de processos, com forte inspiração em práticas empresariais. Esse movimento é acompanhado de críticas à “ineficiência do Estado” e ao suposto desperdício de recursos públicos, apresentados como obstáculos ao bom funcionamento da administração municipal. No eixo Segurança, é construído no documento um diagnóstico de agravamento da violência urbana, destacando furtos, roubos e a sensação de insegurança nos espaços públicos. As propostas incluem o fortalecimento da Guarda Civil Metropolitana, a ampliação de tecnologias de monitoramento e a melhoria da iluminação pública, entendidas como estratégias principais para enfrentar o problema.

Já a parte de Desenvolvimento Social e Econômico, chamada de “Jornada da Prosperidade”, ocupa um lugar central. Sobre esse tema, Marçal critica a alta carga tributária, as taxas municipais e a burocracia, interpretadas como barreiras ao crescimento econômico e à geração de renda. Como resposta, defende o incentivo ao empreendedorismo, a atração de investimentos e a retenção de empresas na cidade de São Paulo, articulando desenvolvimento econômico à ideia de prosperidade individual. No eixo Educação e Esporte, são apontados no documento desafios como baixos índices educacionais, dificuldades de aprendizagem e necessidade de modernização do ensino. Entre as propostas, destacam-se a implantação do ensino em tempo integral, a valorização do mérito, o uso de tecnologias educacionais e o incentivo ao esporte como instrumento de inclusão e formação cidadã.

No que se refere a Saúde e Atividades Físicas, o texto do Plano de Governo aponta um sistema sobrecarregado, com filas de espera e dificuldades de acesso a consultas e exames. As propostas incluem a ampliação da atenção básica, parcerias com o setor privado, mutirões de atendimento e ações voltadas à prevenção por meio da prática de atividades físicas. Aqui, a defesa de parcerias público-privadas volta a aparecer como eixo estruturante, associada à noção de qualidade de vida e bem-estar. Em relação à Habitação, à Mobilidade e à Vida Urbana, o documento apresenta uma leitura crítica da organização urbana, citando o déficit habitacional, a precarização das periferias e o crescimento desordenado da cidade. Para a habitação, propõe um grande programa municipal, que inclui construção de moradias nas

periferias, reaproveitamento de imóveis vazios e parcerias entre o setor público e o privado. Sugere ainda medidas como o Cheque Moradia e mutirões comunitários.

Na mobilidade, é proposta a melhoria do trânsito e da circulação por meio da organização de semáforos, da integração entre modos de transporte, do incentivo ao uso de bicicletas e da revisão do sistema de multas. Também apresenta alternativas como teleféricos urbanos, inspirados em modelos internacionais. Esses elementos são articulados dentro de uma proposta mais ampla de reorganização do espaço urbano. Por fim, o documento inclui propostas voltadas à proteção ambiental, com destaque para bioeconomia, economia circular e sustentabilidade, vinculadas à ideia de inovação e desenvolvimento econômico limpo. Além disso, abrange ações relacionadas ao turismo, à internacionalização da cidade e à inovação tecnológica, reforçando a imagem de São Paulo como um polo global de negócios e oportunidades.

A análise do Plano de Governo é relevante porque o documento organiza e apresenta de forma clara as intenções e propostas do candidato, funcionando como uma base estruturada de seu projeto político. Diferentemente das redes sociais, onde a comunicação é mais rápida, informal e voltada à captação de atenção, o documento oferece um conjunto de eixos que ajudam a compreender pequenas nuances, temas recorrentes e sentidos que depois reaparecem no discurso de Marçal nas plataformas digitais. Desse modo, o documento institucional não apenas sistematiza suas propostas, mas também oferece um ponto de partida importante para interpretar o modo como as ideias do candidato são traduzidas, simplificadas ou ressignificadas em sua atuação online.

5.2 As redes sociais de Pablo Marçal no período eleitoral

Durante o período oficial da campanha eleitoral de 2024, Pablo Marçal utilizou de forma intensiva sua conta do Instagram (@pablomarcal1) como um dos principais instrumentos de comunicação política e de propaganda eleitoral. O próprio candidato reconhece essa estratégia ao afirmar em uma de suas *lives*, que estaria realizando sua “propaganda eleitoral gratuita transmitida pelo Instagram” (@pablomarcal1, 24 ago. 2024). A partir da amostra analisada, observa-se um volume elevado de publicações diárias, com diversas postagens realizadas em um mesmo dia de campanha. Os conteúdos publicados apresentam grande diversidade de formatos: vídeos gravados diretamente pelo candidato, *lives*, trechos de debates, entrevistas,

sabatinas e participações em *podcasts*, além de *memes*, vídeos de manifestações políticas pró-Bolsonaro e de carreatas em diferentes bairros da cidade, imagens de pesquisas eleitorais, etc. Esses materiais são frequentemente organizados em torno de slogans recorrentes, como "Faz o M" e "Vai ser no primeiro turno".

De modo geral, a propaganda eleitoral de Pablo Marçal nas redes sociais articula sua trajetória pessoal, sua atuação como empresário e uma linguagem fortemente marcada pelo universo do *coaching* e do empreendedorismo. Dessa maneira, o candidato busca legitimar sua candidatura a partir da associação entre sucesso econômico, mérito individual e capacidade de liderança. Junto a isso, está a ideia de "prosperidade", termo bastante utilizado em todo seu discurso, vinculando a transformação da cidade e do país à mudança de mentalidade da população. "Nós seremos a nação mais próspera da terra" declara (@pablomarc1, 24 ago. 2024), afirmando que não será apenas uma eleição para prefeito, mas um movimento novo político no Brasil, que vai revolucionar São Paulo, que seu governo será um governo de "mentoria", que ele quer ajudar a "mentorar" os outros prefeitos para fazer o Brasil crescer.

Junto a isso, há uma dimensão religiosa explícita. Marçal se diz filho de Deus e afirma novamente que sua entrada na política seria fruto de uma missão divina. Em uma postagem, declara: "Nunca quis mexer com cargo público, mas isso é um chamado" (@pablomarc1, 22 ago. 2024). E reforça sua disposição ao afirmar que poderia viver fora do país, mas decidiu permanecer por acreditar em seu coração que seria possível mudá-lo. Nomeia-se servo de Deus e servo do povo, e afirma ter feito jejum durante vários dias, apenas bebendo água, para mostrar que está levando a sério o povo e Deus. Assim, vai construindo a ideia de que não deseja "mandar", mas "servir", mostrando que o poder está nas mãos do povo. Frases como "Quem manda é o povo" e "Ninguém dá ordens no meu governo" aparecem com frequência em suas postagens.

Em sua campanha, a liberdade é apresentada como um "instituto universal do brasileiro" e que "ninguém manda em ninguém" (@pablomarc1, 22 ago. 2024). Ele afirma querer libertar o povo e ajudar famílias a vencerem. Agregado a isso, diz ser "o cara de direita que mais vai fazer social na história do país [...] só que eu não vou fazer prá queimar a máquina. Eu vou fazer prá pessoa dá conta de andar com a perna dela" (@pablomarc1, 28 ago. 2024), dando a entender que ele quer ajudar as pessoas a conquistarem suas coisas a partir de seus méritos e esforços. E com tudo

isso, indicava a proximidade que tinha com a população, com *reels* que o mostravam jogando futebol em Heliópolis, conversando com moradores de bairros periféricos de São Paulo, abraçando homens em situação de rua, orando para um ex-presidiário e mostrando vídeos de policiais, taxistas e motoristas de ônibus fazendo o gesto do “M” com as mãos.

Marçal reforça em vários momentos que estaria conduzindo sua campanha de forma independente, sustentado apenas por ele, pelo povo e por Deus, utilizando apenas seu celular como instrumento de comunicação, sem padrinho político, sem dinheiro público e sem tempo de televisão. Também demonstra a responsabilidade de seus seguidores, deixando claro que precisa de seus apoiadores para tornar a cidade próspera, então, convoca-os a “entrar na guerra”, para ajudarem ativamente na campanha, seja por meio de compartilhamentos de vídeos, seja por contribuições financeiras via Pix. Na *live* do dia 22 de agosto ele comenta que “com meu celular, cheguei até aqui, agora eu preciso do seu [...] porque não estamos falando só de São Paulo, São Paulo é o futuro da nação”. Ao final de vários vídeos aparece a chave Pix de sua campanha, com frases como “precisamos de munição”. Em uma postagem ele explica para os seguidores que não pode usar seu próprio dinheiro, pois segundo ele, foi proibido, e que, diferente de seus oponentes políticos, não tem dinheiro público e por isso, pede ajuda de doações para o público.

No campo das alianças políticas, a relação de Pablo Marçal com Jair Bolsonaro aparece de forma ambígua. O candidato participa de manifestações bolsonaristas, como o ato de 7 de setembro de 2024 na Avenida Paulista, e publica vídeos em que aparecem bandeiras do Brasil e símbolos associados ao ex-presidente. Ao mesmo tempo, expressa frustração pelo apoio de Bolsonaro a Ricardo Nunes, mas atribui essa decisão não a uma vontade direta do ex-presidente, e sim a um “sistema” que o levaria a apoiar o MDB. Preocupa-se, então, em alertar Bolsonaro de que estaria apoiando o lado errado. Apesar disso, mantém uma postura de respeito ao “Capitão”.

Nesse sentido, essa relação também se mostra marcada por instabilidades e tensões ao longo do material analisado. Embora a figura de Bolsonaro apareça em diferentes momentos do discurso, seja por meio de símbolos, da participação em manifestações ou de elementos ligados a esse campo político, ela não se consolida de forma estável. Há também sinais de distanciamento e conflito, como em postagens que mencionam desentendimentos com o filho do ex-presidente. Além disso, em vídeos publicados durante as manifestações do 7 de setembro na Avenida Paulista,

aparece o pastor Silas Malafaia discursando ao fundo, figura próxima a Bolsonaro, o que mostra a presença dessas referências no entorno da campanha. Ainda assim, também surgem sinais de tensão nessa relação, indicando que essa aproximação é marcada por conflitos e disputas, inclusive com lideranças como Malafaia.

Ainda que frequentemente seja identificado como *coach* ou influenciador, Marçal rejeita essas denominações, afirmando ser “educador” e “professor”. Com sua experiência em palestras e escritas de livros, faz publicações com frases motivacionais, vídeos afirmando ter um “código” para prosperar, prometendo ensinar à população de São Paulo como alcançar sucesso financeiro e autonomia individual. De maneira recorrente, suas postagens vêm acompanhadas de críticas à situação da cidade de São Paulo, descrita como marcada pela violência, pela precariedade urbana, por problemas de mobilidade e de saneamento e por desigualdade social. Além das críticas ao gerenciamento da capital, sua campanha é regada de ataques contra quem ele nomeia ser seu inimigo, assunto que será tratado logo a seguir. Ao solicitar votos, então, o candidato afirma: “Me dá a chance de servir você em São Paulo para a gente mudar a realidade da nossa vida” (@pablomarcal1, 20 ago. 2024)

5.3 "É eu contra todo mundo": a construção do antagonismo

Segundo os autores Ernesto Laclau e Chantal Mouffe (2015, p.16), “Relações adversariais e antagonísticas são matérias permanentes do fazer social”. A campanha de Pablo Marçal nas redes sociais também estabelece uma linha de separação entre o candidato e seus inimigos, delimitando claramente aquilo em que ele acredita e aquilo a que se opõe no campo político. Essa divisão aparece de forma explícita em falas como “é nós contra eles” (@pablomarcal1, 26 set. 2024) e “é eu contra todo mundo, é eu, Deus e o povo” (@pablomarcal1, 26 ago. 2024), onde reforça a imagem de que ele estaria sozinho na disputa eleitoral, enfrentando algo maior, que o ameaça e limita sua atuação. Esse inimigo é nomeado por Marçal como o “sistema”, apontado como responsável por censuras, perseguições e tentativas de inviabilizar sua trajetória política, que caracteriza como ampla e agregadora, capaz de condensar diferentes insatisfações e conflitos sob uma mesma fronteira política.

Segundo suas falas, tais ações ocorreriam porque sua candidatura representaria uma ameaça direta, já que ele próprio se define como antissistema e afirma não ter medo de confrontá-lo. De acordo com Marçal, uma das vítimas do

sistema seria o ex-presidente Jair Bolsonaro. Além disso, essa lógica dominante seria responsável por definir artificialmente quem ocuparia os lugares de “esquerda” e de “direita” na política, com o objetivo de atender a interesses próprios e “manipular” o povo. E, afirma isso porque, segundo ele, os políticos tradicionais que aparentam disputar entre si apenas “fingem” brigar, sendo, no fundo, “farinha do mesmo saco” (@pablomarc1, 26 ago. 2024). O candidato também posta vídeos de outras pessoas, usando-os com alertas para os seus seguidores:

Por que as redes sociais do Pablo Marçal aqui nos Estados Unidos não foram censuradas? Sabe por quê? Porque aqui o sistema não pode chegar. Será que estão querendo esconder alguma coisa de vocês aí no Brasil? [...] Quando alguém se levanta pra ir contra ele, pra desmascarar, pra tirar todas as máscaras, pra tirar todo o teatro que é feito ali, o sistema simplesmente fala: você está me incomodando. [...] Pra mim isso não é democracia, pra mim isso é uma censura e uma ditadura que o Brasil já está vivendo. [...] Esse é o sistema (@pablomarc1, 29 ago. 2024).

A partir dessas falas, o “sistema” aparece, em suas publicações, como uma entidade ampla e poderosa, que atua para impedir sua candidatura e silenciar sua atuação política. Marçal afirma repetidamente estar sendo alvo de perseguições, de censura e de tentativas de destruição pessoal e profissional, mencionando denúncias, multas em empresas, derrubada de redes sociais, ausência de tempo de TV e rádio, falta de direito de resposta e ataques midiáticos. Segundo ele, essas ações seriam resultado do fato de estar enfrentando diretamente essa estrutura, que estaria “enlouquecida” e ameaçada por sua presença na disputa eleitoral, com estratégias para “derrubá-lo” e tirá-lo do jogo político. Descreve o sistema como covarde, fraco e incapaz de reagir por meio de argumentos, recorrendo, portanto, à censura e à intimidação como formas de contenção.

Nesse contexto, Marçal também associa o sistema à política tradicional e ao que chama de “modelo antigo de política”, marcado por acordos, interesses fechados e dependência de dinheiro público. Afirma não dever cargos a ninguém, não ter padrinhos políticos e não aceitar alianças que exigiriam que se “curvasse” a práticas que rejeita. As críticas dirigidas à sua condição de “novo na política” ou de “*outsider*”¹⁸ são respondidas com questionamentos sobre como qualquer político teria entrado na

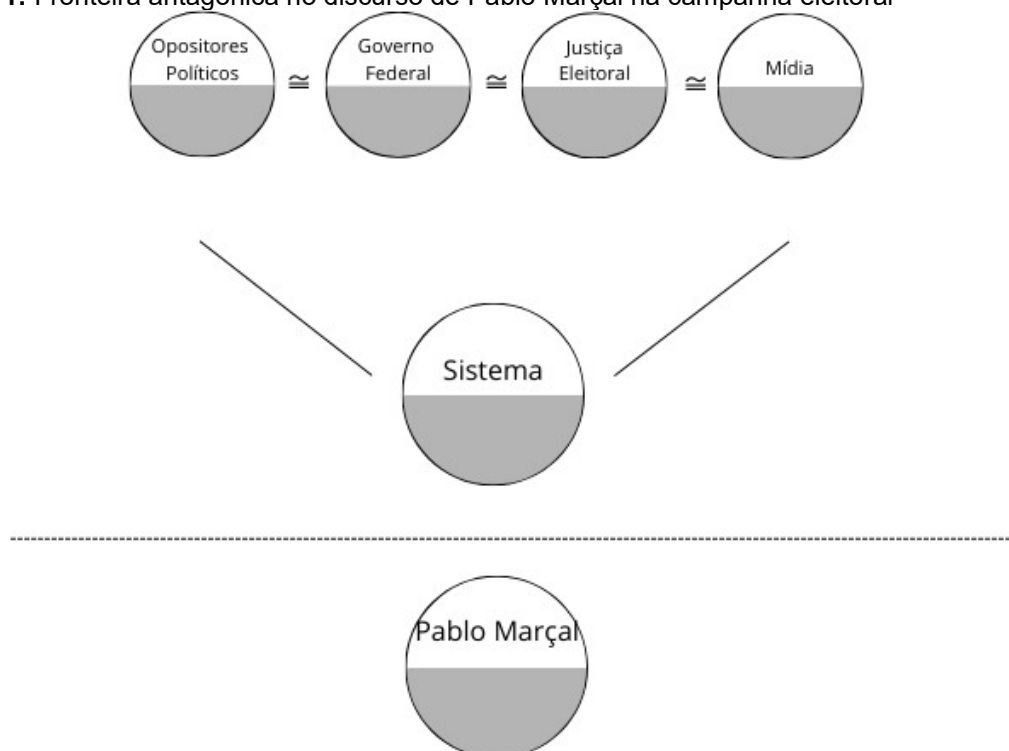
¹⁸ Na língua inglesa, o termo *outsider* remete à ideia de alguém que está fora, que não integra plenamente um grupo ou contexto específico, sendo frequentemente associado à condição de não pertencimento. Na política, isso costuma ser associado a alguém que está fora da política tradicional (Picussa, 2023).

política pela primeira vez, afirmando não possuir experiência justamente com práticas que atribui ao sistema, como corrupção, “loteamento” de cargos e esquemas internos. Ao se apresentar como alguém de fora, Marçal reforça a ideia de que sua candidatura representa uma ameaça à situação vigente, que, segundo ele, tenta impedir sua ascensão por meio de perseguição, censura e deslegitimação pública. Assim, declara:

Eu poderia sair com cinco partidos políticos desde que eu me curvasse prá bandido, prá ser vice. Eu abri mão disso e sou o único que não tem tempo de TV, não tem tempo de rádio, não tem padrinho político, não tem as redes sociais, que eles derrubaram, não ganho direito de resposta (@pablomarcal1, 27 set. 2024).

A partir dessa construção antagônica mais ampla e das críticas recorrentes ao “sistema”, identifica-se que Pablo Marçal constrói em seu discurso sujeitos específicos que, segundo ele, fazem parte dessa estrutura e atuam conjuntamente para impedi-lo de avançar eleitoralmente. Percebem-se quatro grupos antagônicos: (1) seus opositores políticos diretos; (2) o Governo Federal; (3) a Justiça Eleitoral; e (4) a mídia. A seguir, a Figura 1 ilustra como o discurso de Marçal está organizado a partir da delimitação do antagonismo:

Figura 1: Fronteira antagônica no discurso de Pablo Marçal na campanha eleitoral



Fonte: Elaborado pela autora na plataforma Canva com base em Laclau (2013) e Laclau e Mouffe (2015)

A figura, como dito, representa a forma como o discurso de Pablo Marçal organiza seus antagonismos, reunindo diferentes sujeitos e instituições em um único bloco denominado “Sistema”. Na parte superior, aparecem os quatro grupos distintos: opositores políticos, Governo Federal, Justiça Eleitoral e mídia, ligados entre si por uma lógica de equivalência, simbolizada pelos sinais de “ $\cong$ ”. Embora sejam grupos diferentes, o discurso do candidato os reúne como partes de um único bloco homogêneo. As linhas que convergem desses grupos para o círculo central denominado ‘Sistema’ indicam que todos eles são reunidos e interpretados como parte de um mesmo conjunto inimigo, que funciona como o principal antagonista do candidato. A linha pontilhada separa esse conjunto de forças de Pablo Marçal, representado isoladamente na parte inferior da figura, destacando a fronteira discursiva que organiza a oposição entre “Marçal” e “o sistema”.

Sendo assim, esta seção aprofunda a caracterização dos grupos que compõem o eixo antagônico identificado no discurso do candidato, mostrando como cada um deles participa da construção do “sistema” que Marçal afirma enfrentar. Entre esses grupos, os outros candidatos da disputa pela Prefeitura de São Paulo ocupam um lugar central em suas falas, funcionando como um dos principais elementos que, segundo ele, compõem essa engrenagem que busca barrar seu avanço. Com isso, os ataques direcionados a esses candidatos não aparecem de forma isolada, mas relacionados à ideia de que eles representam a política tradicional, sustentada por acordos, por privilégios institucionais e pelo uso de recursos públicos.

No que se refere especificamente aos seus oponentes políticos, Marçal direciona críticas principalmente a Guilherme Boulos (PSOL), seguido por Ricardo Nunes (MDB), José Luiz Datena (PSDB) e Tabata Amaral (PSB). De modo geral, esses ataques assumem um caráter pessoal e comparativo, buscando desqualificar os oponentes tanto por sua trajetória política quanto por sua atuação na campanha. Em diversas postagens, Marçal se apresenta como o único candidato que não utiliza recursos públicos ou dinheiro de campanha, comparando sua própria imagem à dos demais, que seriam financiados pelo fundo eleitoral e pela “máquina” política: “sou o único candidato nesse debate que não está tocando no dinheiro pra fazer campanha eleitoral” (@pablomarcal1, 29 set. 2024).

Esse contraste é reforçado por comparações diretas de arrecadação, pela acusação de que seus adversários “enganam” a população com dinheiro público e com provocações que questionam a competência, a experiência profissional e a legitimidade política dos demais candidatos. Assim, afirma que iria “discutir gestão com um bando de comunista que não entende nada disso” (@pablomarc1, 1 set. 2024). Além disso, Marçal utiliza com frequência desafios e provocações em seus conteúdos, nos quais coloca seus oponentes em situações hipotéticas para questionar a confiança depositada neles pelo público. Em um dos vídeos, propõe à população que escolha “qual dessas pessoas você escolheria para salvar a pessoa que você mais ama?” (@pablomarc1, 22 set. 2024). Essas ações são acompanhadas de acusações de que os candidatos apenas “fingem” rivalidade, mas atuariam juntos dentro dessa mesma estrutura.

Entre seus adversários, Guilherme Boulos (PSOL) é o alvo mais recorrente de seus ataques nas redes sociais. Marçal passa a se referir a Boulos pelo apelido “Boules”, associando-o à defesa da linguagem neutra e afirmando que o chama assim “em respeito ao que ele acredita” (@pablomarc1, 26 set. 2024). Em seus vídeos, também retoma episódios de debates, como quando exibiu uma carteira de trabalho em direção a Guilherme, criticando sua trajetória profissional, dizendo que ele “nunca trabalhou”. Com frequência, Marçal realiza gestos com a mão no nariz, insinuando o uso de entorpecentes por parte de seu opositor, e incentiva seus seguidores a comentarem o *emoji* de nariz em suas publicações. Em outras ocasiões, refere-se a ele de forma pejorativa, chamando-o de “aspirador de pó” ou “comedor de açúcar”.

Além disso, Marçal associa Boulos a acusações como ser “invasor de terra” e “destruidor de patrimônio público”, exibindo vídeos em que ele aparece sendo conduzido por policiais, geralmente acompanhados de legendas irônicas. As críticas também se estendem às posições políticas atribuídas a Boulos, como a defesa da legalização das drogas, do aborto e da chamada ideologia de gênero, que aparecem em oposição às posições que Marçal defende. Nesse contraste, ele rebate com referências morais e religiosas para marcar a diferença entre ambos e declara: “eu acredito na ideologia de Gênesis. Homem e mulher” (@pablomarc1, 26 ago. 2024). Dessa maneira, chama seu oponente de “pt kids, filhote do Lule, apoiador do Hamas e rachadinha” (@pablomarc1, 30 set. 2024). Neste trecho de um vídeo publicado ele comenta:

Essa pergunta vai pro [Insinua gesto com o nariz] pro Boulos. Aí eu te faço uma pergunta, como é que é esse negócio de idealizar? Grupo terrorista, aprovar a liberação de maconha. [...] esse romantismo com tudo que destrói a sociedade. O que você pode falar prá mãe que tá sofrendo agora com alguém preso? Outro filho foi assassinado, tudo por conta dessa ideologia maluca sua (@pablomarc1, 20 ago. 2024).

O candidato também direciona recorrentemente a Ricardo Nunes (MDB), então prefeito de São Paulo, ataques em suas publicações, combinando apelidos pejorativos, acusações pessoais e críticas à gestão municipal. Frequentemente se refere a Nunes como “bananinha”, apelido reforçado visualmente em postagens com imagens do candidato acompanhadas por *emojis* de banana. Além disso, Marçal questiona a atuação de Nunes na Prefeitura, especialmente nas áreas de educação e administração pública, dizendo que ele seria “o pior prefeito da história em relação à educação de São Paulo” (@pablomarc1, 29 set. 2024) e cobrando explicações sobre investigações envolvendo sua gestão, como notícias relacionadas à chamada “Máfia das Creches”.

As críticas também assumem um tom mais pessoal nos debates e nas redes sociais. Marçal menciona um boletim de ocorrência registrado pela esposa de Nunes, convidando-o a “explicar prá mulheres dessa cidade” o caso de violência doméstica (@pablomarc1, 29 set. 2024), além de acusá-lo de utilizar a estrutura da prefeitura e recursos públicos para influenciar a imprensa, afirmando que parte da mídia seria “patrocinada” pela gestão municipal. Também, questiona publicamente o apoio de Jair Bolsonaro a Ricardo Nunes, acusando o prefeito de defender pautas que, segundo ele, não correspondem àquilo que Bolsonaro e seus eleitores acreditam:

[...] prá não se curvar prá essa patifaria de apoiar Nunes, que ele é abortista, ele promove ideologia de gênero, tudo que cê acredita e tudo que a gente acreditou em você, e votou em você, esse cara é contra, não faz sentido, o prejuízo vai ser muito maior, Bolsonaro! (@pablomarc1, 24 ago. 2024)

No caso de José Luiz Datena, Marçal constrói seu discurso a partir do episódio da agressão física ocorrida durante um debate da TV Cultura, no dia 15 de setembro de 2024. Ao se referir à “cadeirada” recebida, Marçal reinterpreta o acontecimento como uma “tentativa de homicídio”, confirmando suas hipóteses de perseguição política. Em suas falas, também ironiza Datena ao chamá-lo de “Da Pena” e afirma que o episódio lhe trouxe visibilidade internacional, reforçando a ideia de que, mesmo

atacado, ele se fortalece e é reconhecido globalmente, enquanto a mídia nacional relativiza ou silencia a gravidade do ocorrido.

Marçal reforça os argumentos de perseguição ao publicar vídeo do deputado federal, Nikolas Ferreira, onde este sustenta a ideia de uma assimetria no tratamento dado a candidatos de direita e de esquerda. Nesse sentido, compartilha fala de Nikolas Ferreira, que afirma:

Amigo, se é o inverso, se é alguém de direita dando uma cadeirada em alguém de esquerda [risada], era a terceira guerra mundial, meu parceiro, você está entendendo, não? Eu preciso falar sim dessa falsa equivalência que as pessoas fazem porque assim é surreal, bicho, de verdade, é descarado a parada (@pablomarcal1, 16 set. 2024).

Assim, ao longo da campanha, o candidato reforça sua posição de vítima de uma realidade política que, segundo ele, protege determinados atores enquanto criminaliza outros, consolidando o antagonismo entre ele, seus opositores e as instituições mediadoras do processo eleitoral.

Em relação a Tabata Amaral, adota um discurso que combina desqualificação pessoal, ironia e posição ideológica. Ele a associa repetidamente a apelidos, como “Chatabata” e “para-choque de comunista”, além de minimizar sua relevância política ao ridicularizar sua trajetória e sua imagem pública. O conflito se intensifica quando Tabata anuncia ações na Justiça Eleitoral contra Marçal, acusando-o de financiamento ilegal e abuso de poder econômico. Em resposta, Marçal recorre à provocação direta, transformando a tentativa de judicialização em mais uma narrativa de perseguição. Além disso, divulga comparações entre respostas dadas por ambos em entrevistas, especialmente no episódio em que Tabata afirma que roubaria para alimentar alguém que ama, enquanto Marçal se apresenta como alguém que jamais colocaria “a mão em nada de ninguém” (@pablomarcal1, 22 set. 2024).

Dando continuidade, o segundo grupo antagonizado por Pablo Marçal em seu discurso é o Governo Federal, especialmente personificado na figura do presidente Luiz Inácio Lula da Silva, do Partido dos Trabalhadores. Marçal associa o governo a um modelo que ele nomeia como “comunista”, responsabilizando-o diretamente pelo encarecimento do custo de vida, pelo aumento de impostos e por uma gestão irresponsável dos recursos públicos. Em uma de suas falas afirma que:

[...] ele vai baixar a taxa de juros e nós vamos pagar com a carne ficando mais cara, a gasolina ficando mais cara, porque o governo comunista tem dois defeitos, ele gasta como se o dinheiro fosse dele e ele cobra das pessoas que não dão conta de pagar, que é aumentando imposto. Olha só, presta atenção, o Lula é a coisa mais cara que nós temos hoje no Brasil (@pablomarc1, 24 ago. 2024).

A partir disso, o candidato constrói uma imagem do Governo Federal como um agente que não serve ao povo, “nós servimos o povo, coisa que o Governo Federal não sabe” (@pablomarc1, 24 ago. 2024). Também o acusa de omissão diante de crises sanitárias e sociais, como o vencimento de vacinas, o avanço da dengue e a precarização das condições de vida. Também, classifica o PT como uma “facção criminosa” (@pablomarc1, 27 ago. 2024). Nesse movimento, Marçal vincula o Governo Federal ao “sistema” que diz combater, sugerindo a existência de alianças entre Lula e Ricardo Nunes com a finalidade de prejudicar sua candidatura, mostrando seu enfrentamento solitário diante de uma estrutura de poder mais ampla.

No discurso de Pablo Marçal, a Justiça Eleitoral e as instituições responsáveis pela regulação do processo eleitoral também aparecem como parte do mesmo “sistema”, que ele afirma combater, sendo estas frequentemente associadas à censura, perseguição política e tentativa de silenciamento de sua candidatura. Marçal diz estar sendo alvo de ações seletivas, como a derrubada de perfis em redes sociais, restrições à sua comunicação e decisões judiciais que buscariam frear seu crescimento eleitoral.

Ao longo de suas falas e transmissões ao vivo, Pablo Marçal afirma que decisões judiciais estariam sendo utilizadas para atacar sua honra, para inviabilizar sua campanha e para tirar suas plataformas digitais do ar, seus únicos meios de comunicação na corrida eleitoral. Apresenta esse processo como incompatível com a democracia e com a liberdade de expressão. Nesse contexto, episódios como a suspensão de contas, a retirada de conteúdos e a necessidade de migrar constantemente entre plataformas são mostrados como provas de um cenário de censura institucionalizada que reforçaria sua posição de candidato perseguido que enfrenta, sem padrinhos políticos ou recursos públicos, um aparato jurídico e político que atua de forma coordenada para silenciá-lo.

Por fim, a mídia, entendida de maneira ampla, incluindo emissoras de televisão, jornalistas, sites de notícias e veículos tradicionais, aparece de forma recorrente como um dos principais grupos antagonizados no discurso de Pablo Marçal, sendo

apresentada como parte integrante do “sistema”. Marçal sustenta que veículos de imprensa atuariam de maneira coordenada para prejudicar sua candidatura, seja por meio da distorção de informações, da omissão de fatos favoráveis ou da disseminação de *fake news*. Essa acusação surge, por exemplo, quando afirma que, nos debates eleitorais, regras previamente estabelecidas teriam sido alteradas para contê-lo: “chega lá na hora, eles mudam as regras. Eles fazem combinados prá ver se me para” (@pablomarc1, 22 ago. 2024). Em outras falas, acusa diretamente jornalistas de militância política e questiona a legitimidade das decisões judiciais e coberturas jornalísticas que se baseariam, segundo ele, em “notícia de um site esquerdista” e em jornalistas que seriam “militantes” (@pablomarc1, 24 ago. 2024).

Diante desse cenário, o candidato defende as redes sociais, apresentadas como espaços mais autênticos de expressão e de comunicação direta com o público, em oposição à mídia tradicional. Assim, ironiza e desqualifica jornalistas, referindo-se a estes como “jornazistas”, ao afirmar que “repórter não, ‘jornazista’” (@pablomarc1, 21 set. 2024), e acusa veículos como a Rede Globo, nomeada de “Globo Lixo”, de manipulação e de atuação política financiada com recursos públicos. Dessa forma, a mídia também é apresentada como um ator ativo na tentativa de silenciar e perseguir o candidato, com instituições que buscariam controlar a opinião pública e limitar sua atuação política.

É importante ressaltar que na propaganda eleitoral de Pablo Marçal os termos “esquerda” e “comunismo” aparecem para nomear seus adversários políticos e sintetizar aquilo que ele identifica como um importante inimigo a ser combatido. Essas expressões não são utilizadas apenas para fazer referência a partidos ou correntes ideológicas específicas, mas funcionam como rótulos amplos, acionados para designar diferentes atores, práticas e valores que, segundo ele, estariam associados à degradação política, econômica e moral do país. Em suas falas, Marçal associa à esquerda a perseguição de indivíduos prósperos, o ódio contra empresários e a rejeição da geração de empregos, afirmando que a principal solução para os problemas do país seria o emprego.

O comunismo é descrito de forma fortemente negativa, sendo apresentado como uma ameaça generalizada e destrutiva. O candidato do PRTB cita exemplos internacionais para reforçar esse enquadramento. Afirma que se trata da “pior praga que tem na terra” (@pablomarc1, 21 ago. 2024), responsável pelo fracasso de países como Venezuela e Cuba e que o Brasil estaria seguindo o mesmo caminho.

Esse antagonismo aparece também na forma como ele interpreta a disputa eleitoral, descrita como uma batalha contra um bloco organizado de forças políticas. Em uma de suas postagens, afirma: “A revolta do povo paulistano contra o consórcio comunista do Brasil. Dia 6 de outubro será a vingança do povo!” (@pablomarcal1, 5 set. 2024), reforçando a ideia de um confronto direto entre sua candidatura e um inimigo coletivo.

Além disso, Marçal amplia o uso das categorias “esquerda” e “comunismo” ao aplicá-las a atores que não são tradicionalmente identificados com esse campo político. Afirma que em São Paulo nunca houve um prefeito de direita, classificando nomes como João Doria e Fernando Henrique Cardoso como representantes de uma “centro-esquerda” (@pablomarcal1, 28 ago. 2024). Nesse sentido, acusa lideranças como Tarcísio de Freitas de integrarem o que chama de “movimento comunista do Brasil” (@pablomarcal1, 5 set. 2024). Dessa forma, “esquerda” e “comunismo” passam a funcionar como rótulos amplos que agrupam diferentes adversários em um mesmo campo inimigo.

A partir da análise acima realizada, é possível afirmar que o “sistema” funciona, no discurso de Pablo Marçal, como um inimigo amplo e agregador, capaz de reunir diferentes atores, instituições e adversários políticos sob uma mesma lógica de oposição. Os quatro grupos antagonizados: os oponentes diretos na disputa eleitoral; o Governo Federal; a Justiça Eleitoral; e a mídia, não aparecem de forma isolada ou desconectada, mas articulados como partes de uma mesma estrutura que, segundo Marçal, atuaria de forma coordenada para impedir sua ascensão política. Mesmo adversários que, em tese, ocupam posições distintas no campo político, como Boulos, Nunes, Datena e Tábara, são incluídos nesse mesmo campo antagônico, reforçando a ideia de que as disputas entre eles seriam apenas aparentes, enquanto todos estariam, no fundo, inseridos no mesmo sistema que ele afirma combater.

Essa construção discursiva pode ser compreendida à luz da Teoria do Discurso de Laclau e Mouffe (2015), segundo a qual identidades políticas não se constituem de forma plena, mas sempre em relação a um exterior que as limita e as tensiona. No caso de Marçal, o sistema opera como esse exterior constitutivo, constantemente apresentado como responsável por censuras, perseguições e tentativas de silenciamento. Ao nomear esse inimigo e atribuir a ele os obstáculos enfrentados ao longo da campanha, como o banimento de perfis em redes sociais, decisões judiciais desfavoráveis, ataques midiáticos e episódios de violência, como a “cadeirada” sofrida

em debate, o candidato delimita as fronteiras do seu discurso e define com clareza quem está dentro e quem está fora do que ele procura construir.

A recorrência dos termos “esquerda”, “comunismo” e “sistema”, em seu discurso, permite compreender que essas palavras não operam apenas como categorias descritivas, mas assumem a função de significantes vazios. Ao longo da campanha, esses termos passam a concentrar sentidos diversos e a articular diferentes insatisfações, sem remeter a um conteúdo único ou estável. Assim, esses significantes estruturam a campanha de Marçal ao marcar a oposição entre sua candidatura e um inimigo amplo, apresentado como permanente alvo de enfrentamento.

Nesse sentido, o antagonismo não aparece apenas como um elemento negativo ou como um obstáculo à sua candidatura, mas como um princípio organizador do próprio discurso. Conforme aponta Pinto (2006), a relação antagônica se estabelece quando a presença do outro impede a constituição plena de uma identidade, ao mesmo tempo em que a torna possível. É justamente a partir desse confronto permanente com o sistema é que Marçal constrói sua imagem de candidato antissistema, perseguido e censurado, que enfrenta sozinho uma estrutura de poder maior do que ele. Assim, o antagonismo passa a dar sentido aos acontecimentos da campanha, transformando conflitos institucionais, embates com adversários e críticas da mídia em provas de coerência e autenticidade política.

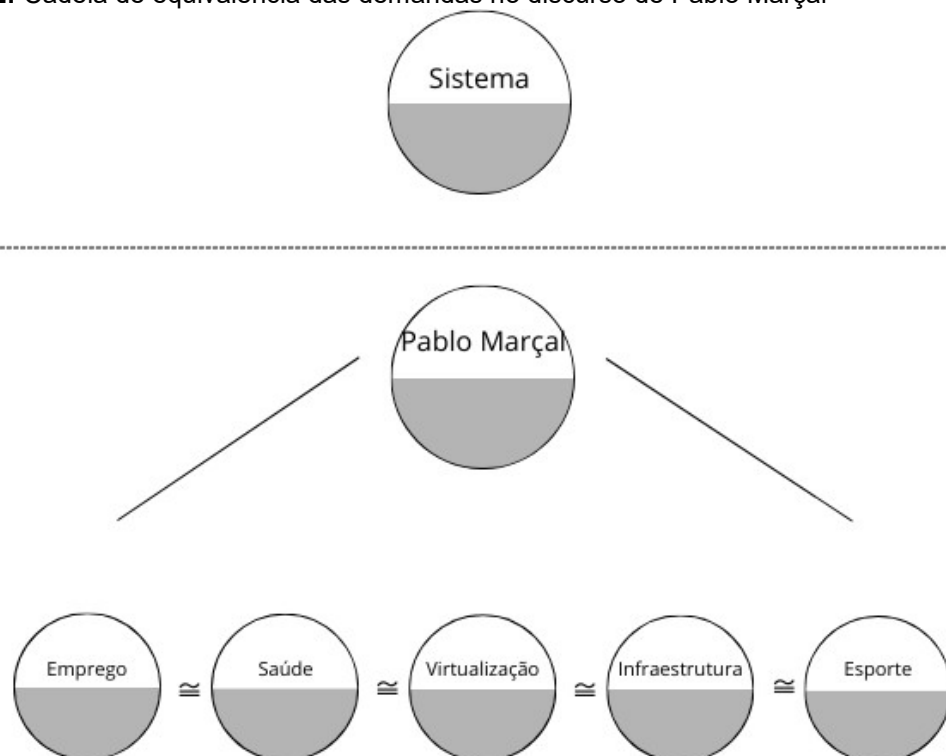
Dessa forma, ainda que o sistema seja apresentado como aquilo que ameaça e limita a atuação de Pablo Marçal, ele também se configura como a condição de possibilidade de seu discurso. Como destaca Mendonça (2009), o exterior constitutivo não apenas restringe a formação do interior, mas é justamente aquilo que permite sua configuração, já que nenhuma identidade se forma sem a referência a um outro que a tensione. Assim, o discurso antissistema de Marçal se sustenta na atualização constante desse antagonismo ao longo da campanha eleitoral, estruturando sua narrativa de enfrentamento, de perseguição e de luta solitária contra uma ordem política que busca deslegitimar.

5.4 São Paulo e a construção de uma nova mentalidade: demandas mobilizadas por Marçal na campanha

Como indica Ferreira (2011, p. 12), “Um discurso, em sua perspectiva, ocorre pela articulação de demandas particulares hegemônicas por uma das identidades que configuram o sentido da realidade” (Ferreira, 2011, p. 12). Nessa direção, Laclau (2013) compreende a demanda como a unidade mínima da experiência política, uma vez que é por meio dela que se tornam possíveis os processos de articulação e hegemônica no campo social. Embora o discurso de Pablo Marçal nas redes sociais seja marcado, majoritariamente, por postagens voltadas ao ataque a seus inimigos e à construção de sujeitos antagônicos, é possível identificar também a presença de propostas explícitas de governo em seu perfil no Instagram.

No entanto, essas propostas aparecem de forma significativamente menos frequentes se comparadas ao volume de conteúdos de caráter antagônico, o que é reconhecido pelo próprio candidato quando afirma: “Algumas pessoas ficam falando assim, ‘Marçal fica comportado, fala dos planos de governo’. Cara, deixa eu te explicar, eu não estaria nem com 5% se eu fizesse o que você está pedindo” (@pablomarcal1, 22 ago. 2024). Ainda assim, a partir do material analisado, e com a ajuda das propostas presentes no Plano de Governo, foi possível identificar a mobilização de demandas relacionadas a emprego, saúde, virtualização, infraestrutura e esporte, ilustradas a seguir na Figura 2:

Figura 2: Cadeia de equivalência das demandas no discurso de Pablo Marçal



Fonte: Elaborado pela autora na plataforma Canva com base em Laclau (2013) e Laclau e Mouffe (2015)

A figura mostra como as demandas apresentadas por Pablo Marçal em sua candidatura são organizadas em uma cadeia de equivalência. No topo do diagrama está o “sistema”, conforme ilustrado na seção anterior, trata-se do elemento construído em oposição ao projeto defendido por Marçal. Abaixo, Marçal aparece como o ponto central que articula e dá sentido às diferentes propostas. Na parte inferior, temas como emprego, saúde, virtualização, infraestrutura e esporte aparecem como demandas que, apesar de diferentes, são reunidas e tratadas como parte de um mesmo conjunto, pois todas são colocadas em contraste com o “sistema”. Assim, o diagrama ilustra como o discurso de Marçal busca unificar suas propostas de campanha ao apresentá-las como pertencentes ao mesmo lado de uma fronteira política. Nos parágrafos seguintes, cada uma dessas demandas será analisada separadamente.

Nas suas redes sociais, o emprego aparece de forma recorrente em seu discurso. Em diferentes postagens e falas, o candidato apresenta o trabalho como resposta prioritária aos problemas da cidade, afirmando que “as maiores soluções de tudo que alguém me pergunta é emprego” (@pablomarcal1, 20 ago. 2024). Em outra ocasião, Marçal reforça a importância do trabalho ao vinculá-lo à redução da criminalidade e das desigualdades, declarando que “nós precisamos de ter trabalho para todo mundo, porque isso vai diminuir a criminalidade. Isso vai diminuir todo tipo de desigualdade. Trabalho é o maior direito social do mundo” (@pablomarcal1, 22 ago. 2024). Além disso, o candidato apresenta metas, como a de “criar dois milhões de empregos nessa cidade” (@pablomarcal1, 24 ago. 2024).

A saúde pública nas redes sociais está apresentada como algo urgente e mensurável, especialmente em relação às filas do sistema público. Em publicação de 22 de agosto, o candidato afirma de maneira direta: “em 18 semanas nós vamos zerar as filas de hospitais com exame e com cirurgia” (@pablomarcal1, 22 ago. 2024). Essa meta é retomada em outras falas, nas quais reforça a centralidade do tema e detalha dados numéricos associados ao problema, declarando que “447 mil exames serão feitos e nós vamos zerar tudo” (@pablomarcal1, 24 ago. 2024). A saúde é tratada como um dos principais desafios a serem enfrentados no início de sua gestão,

acompanhada da apresentação de diferentes medidas para viabilizar suas propostas, como convênios e mutirões, conforme exemplificado no seguinte trecho:

Eu tô feliz de pegar o maior problema do Brasil, eu tô feliz de em 18 semanas zerar as filas de hospitais aqui na cidade de São Paulo, [...] 447 mil exames serão feitos e nós vamos zerar tudo, 18 semanas sabe o que vai acontecer? Não teremos 192 mil pessoas prá fazer cirurgia, não, nós vamos fazer o maior mutirão da história, nós vamos pagar a ociosidade de hospital particular, nós vamos fazer convênio com o estado, com outros municípios, nós vamos pedir pra vir médico de fora como se fosse estado de calamidade" (@pablomarc1, 24 ago. 2024).

A demanda da virtualização aparece nas plataformas de Pablo Marçal como um projeto estruturante que articula diferentes áreas. Esse eixo agrega educação, segurança e empresarização, porque o candidato vincula diretamente esses temas à implementação de tecnologias, sistemas unificados e inteligência artificial. A virtualização é apresentada como uma transformação capaz de reorganizar o funcionamento da cidade como um todo, integrando setores diversos a partir da digitalização e do uso ampliado de ferramentas tecnológicas. Conforme sintetiza: "Virtualização, empresarização e mudança de mentalidade. [...] nós vamos virtualizar a cidade de São Paulo, virtualizar tanto a segurança como a educação, virtualizar tudo" (@pablomarc1, 22 ago. 2024).

A virtualização é associada à unificação de sistemas e à consequente redução de gastos públicos. Marçal afirma que a integração tecnológica permitiria "diminuir a gastação de dinheiro público por ineficiência tecnológica" (@pablomarc1, 22 ago. 2024), propondo a substituição de processos manuais e fragmentados por soluções digitais. A tecnologia também é relacionada ao futuro do trabalho, a partir da declaração de que diversas profissões serão substituídas por inteligência artificial e algoritmos e que o Brasil seria um país que "é usuário de tecnologia [...] não é criador de tecnologia" (@pablomarc1, 4 set. 2024). Assim, a virtualização não se limita à modernização administrativa, mas é apresentada como condição para manter a cidade competitiva em um cenário marcado por transformações tecnológicas.

Dentro desse eixo, a educação é formulada como área prioritária de transformação e mudança de mentalidade. Em suas publicações, Marçal afirma que "nós precisamos provar que esse modelo de gestão, de revolução na educação e de mentalidade, funciona em São Paulo" (@pablomarc1, 22 ago. 2024). O professor ocupa um papel central nesse processo, sendo tratado como agente fundamental da

mudança. Em 4 de setembro, o candidato declara que “a primeira coisa que a gente tem que fazer é treinar os professores”, afirmando que não é possível transformar a mentalidade das crianças sem antes alcançar “o coração dos professores” (@pablomarc1, 4 set. 2024). Assim, a educação aparece como campo em que a tecnologia e a mudança comportamental devem atuar simultaneamente.

A segurança pública, por sua vez, surge como necessidade vinculada à transformação da realidade urbana e ao enfrentamento direto da violência cotidiana. Marçal afirma que é preciso “parar com essa matança de gente que está aqui nessa cidade, parar com esse tanto de roubo” (@pablomarc1, 20 ago. 2024). A segurança é articulada tanto ao trabalho quanto à tecnologia. Segundo o candidato, “nós vamos combater o crime dando emprego (...) nós vamos combater o crime com tecnologia” (@pablomarc1, 24 ago. 2024). Essa abordagem é detalhada especialmente no tema dos roubos e furtos de celulares, ao explicar que é possível atuar “na causa e no efeito”:

Sobre roubos e furtos de celulares, [...] tem como você tratar segurança pública com a causa e tratar no efeito. O efeito é com tecnologia, estourando os lugares onde esses celulares estão sendo recepcionados, rastreando isso através de aplicativo e bloqueando essas máquinas. Na causa, gerando emprego. Nós vamos gerar dois milhões de empregos nas periferias de São Paulo e o maior direito social que existe no mundo é o emprego. Com empregabilidade, tendo oferta de emprego, já diminui a criminalidade. O que tá acontecendo hoje? As pessoas, elas percebem que não são vigiadas, por isso a gente no nosso plano de governo tem um anticrime, a gente vai fazer através de câmeras inteligentes análise preditiva, não pra encarcerar, mas para mostrar que tem vigilância nessa cidade. Nós vamos reforçar a operação delegada, trazendo também para as polícias civil e militar, hoje é só militar, vamos aumentar esse contingente (@pablomarc1, 03 out. 2024).

Embora a empresarização dialogue diretamente com a demanda por emprego, já que Marçal a apresenta como mecanismo para ampliar o mercado de trabalho, suas formulações estão profundamente relacionadas com a lógica da virtualização, o que justifica seu enquadramento nesse eixo. A empresarização é apresentada como modelo de gestão baseado em eficiência, organização e inovação tecnológica. O candidato defende a aplicação desse modelo tanto à educação infantil quanto às repartições públicas e propõe a abertura massiva de empresas como estratégia econômica: “a minha sugestão é que a gente abra 500 mil empresas em quatro anos” (@pablomarc1, 22 ago. 2024). Além disso, associa a empresarização à criação de valor por meio de tecnologias e aplicativos públicos que poderiam ser posteriormente

ofertados ao mercado, como o desenvolvimento de um *software* voltado a motoristas de aplicativos, que geraria *equity* e retorno financeiro ao município.

Assim, a empresarização aparece como desdobramento direto da virtualização: a geração de empregos, a expansão do empreendedorismo e a eficiência administrativa dependeriam da adoção de soluções tecnológicas capazes de digitalizar processos, integrar sistemas e criar novas formas de circulação econômica. Desse modo, apesar de sua conexão com o tema do emprego, a empresarização se insere de modo mais coerente no campo da virtualização, que fornece o fundamento técnico e discursivo para que essas propostas sejam apresentadas como parte de um mesmo projeto de transformação urbana.

A terceira demanda identificada no discurso de Pablo Marçal diz respeito à infraestrutura urbana, abrangendo habitação, mobilidade, saneamento e limpeza. Esse agrupamento se justifica porque todas essas questões se relacionam à dimensão material da cidade e aparecem tratadas pelo candidato dentro de um mesmo horizonte de reordenamento urbano. Marçal apresenta essas áreas como componentes estruturais que condicionam tanto a qualidade de vida quanto o funcionamento cotidiano de São Paulo, envolvendo desde o acesso à moradia até a circulação de pessoas, a prestação de serviços básicos e a manutenção do espaço urbano. Assim, habitação, mobilidade, saneamento e limpeza formam um eixo coerente ao representarem elementos físicos e operacionais da cidade, cuja reorganização é apresentada pelo candidato como indispensável para transformar o ambiente urbano e promover maior eficiência e bem-estar público.

Dentro da demanda de infraestrutura urbana, a habitação aparece no discurso de Pablo Marçal como um tema diretamente relacionado às condições de moradia e à situação das ocupações urbanas. O candidato afirma que “ninguém vai morar em casa de lata até acabar esse governo”, ao mesmo tempo em que aborda a questão das invasões, destacando que “ninguém vai invadir imóvel de ninguém” (@pablomarcal1, 4 set. 2024). Ele menciona ainda a existência de imóveis da prefeitura para a realização de permutas e a criação de casas de apoio, afirmando que essas trocas seriam destinadas a pessoas que vivem em áreas embargadas judicialmente e sem possibilidade de melhorias. Além disso, Marçal anuncia a realização de “o maior programa habitacional que o Brasil já viu” (@pablomarcal1, 04 set. 2024) e afirma que “vai todo mundo ficar surpreendido com a desfavelização”,

apresentando esta como forma de “fazer a comunidade ficar forte” e “honrar nosso povo mais sofrido” (@pablomarc1, 22 ago. 2024).

A mobilidade urbana também ocupa posição expressiva no discurso do candidato e aparece associada tanto à infraestrutura básica quanto à organização do trânsito. Em uma das publicações, Marçal afirma que pretende promover um “movimento absurdo de construção de calçadas” (@pablomarc1, 22 ago. 2024), destacando a dimensão do problema ao mencionar a quantidade de metros quadrados necessários e ao relacionar a ausência de calçadas aos acidentes atendidos nas UPAs. A temática do trânsito surge diversas vezes, como na proposta de liberação da “direita livre” nos cruzamentos, ilustrada em vídeos demonstrativos que exibem exemplos de circulação contínua de veículos e acompanhada da avaliação de que essa medida “vai ajudar demais a mobilidade do transporte de São Paulo” (@pablomarc1, 29 set. 2024). Marçal também propõe alterações nas regras de circulação ao afirmar que “os taxista vai andar no corredor, sem levar multa” (@pablomarc1, 10 set. 2024). Além disso, associa a mobilidade à adoção de novos meios de transporte, como teleféricos urbanos, citando experiências internacionais: “olha o teleférico funcionando em Orlando! Limpo, sustentável, mais um meio de transporte para o povo” (@pablomarc1, 02 out. 2024).

O saneamento básico e a limpeza urbana aparecem de forma mais pontual nas postagens do candidato, mas ainda assim são acionadas como parte do debate sobre infraestrutura. O saneamento básico surge em publicações que destacam a situação dos mananciais e dos rios da cidade, incluindo referência direta ao Rio Tietê, descrito como “o maior esgoto a céu aberto do mundo” (@pablomarc1, 24 out. 2024). Já a limpeza urbana é mobilizada sobretudo a partir da discussão sobre o lixo e a sustentabilidade. Nesse sentido, Marçal afirma a intenção de transformar a frota de ônibus em veículos movidos a hidrogênio e de utilizar o lixo como fonte para a produção desse combustível, apontando também a necessidade de educação da população em relação ao descarte de resíduos.

Embora o esporte apareça com menor frequência nas plataformas digitais de Pablo Marçal, surge de forma pontual e com conteúdo suficiente para compor uma demanda específica dentro de seu discurso. O tema é associado especialmente à ocupação do tempo de crianças e jovens nas periferias e à formação de atletas, sendo apresentado como uma política que vai além da recreação. Marçal afirma que o objetivo é formar “um atleta de alto rendimento”, vinculando essa iniciativa a

elementos de valorização comunitária e ao orgulho familiar, em um contexto no qual reconhece que grande parte dos lares é liderada por mulheres. Dessa forma, o esporte é mobilizado como instrumento de desenvolvimento pessoal, fortalecimento social e criação de oportunidades para a juventude, mesmo não ocupando posição central na narrativa geral do candidato.

O que se observa é que, embora apresentadas separadamente, as demandas mobilizadas por Pablo Marçal nas redes sociais acabam se aproximando e dialogando entre si, compondo um discurso que conecta diferentes áreas da administração pública por meio de noções recorrentes, como eficiência, tecnologia, gestão, mentalidade e desenvolvimento econômico. Dessa forma, temas como empresarização, virtualização, trabalho, segurança e educação não aparecem inteiramente isolados, mas tendem a se reforçar mutuamente, sugerindo um mesmo horizonte de transformação da cidade.

Retomando o que foi dito anteriormente, a análise da amostra evidencia uma desproporcionalidade significativa entre os conteúdos voltados à construção de antagonismos e aqueles direcionados à apresentação de propostas de governo.

Das 216 publicações analisadas no perfil de Pablo Marçal durante o período oficial de campanha eleitoral, apenas 18 mobilizam demandas de forma explícita, sendo duas delas *lives* publicadas nos dias 22 e 24 de agosto. Esse dado reforça a centralidade do discurso antagônico em suas redes sociais. Tal lógica se reproduz, inclusive, nos cortes de debates e entrevistas publicados em seu perfil, nos quais estão privilegiados trechos em que o candidato critica ou confronta seus inimigos, em prejuízo de propostas ou demandas concretas. Observa-se, assim, que o conteúdo veiculado nas redes sociais prioriza a produção de antagonismos, e não a articulação sistemática de demandas, o que reforça a centralidade da fronteira antagônica em detrimento da construção de uma cadeia de equivalências mais estável, nos termos de Laclau e Mouffe (2015).

Essa predominância de conteúdos antagônicos nas redes sociais pode ser compreendida a partir da forma como Pinto (2006) define o discurso político. Para a autora, o discurso político não é neutro, mas marcado por lados e por visões de mundo em disputa, tendo a polêmica como um de seus princípios centrais. Nesse sentido, ele se sustenta na desconstrução do outro, uma vez que a construção de si depende, necessariamente, da produção discursiva de um exterior antagonizado. Assim, a recorrência de ataques a inimigos e a da exposição de uma postura de oposição a

estes nos dados analisados não aparece como algo externo ou secundário, mas como parte constitutiva da lógica do discurso político, no qual o sujeito se afirma a partir da negação do outro. Como esclarece Pinto, “o discurso político precisa ser analisado nessas duas linhas: o êxito em desconstruir o outro e a forma como constrói a si próprio, como oposição ao outro” (Pinto, 2006, p. 93).

Como dito então, a análise das publicações de Pablo Marçal no Instagram durante o período de campanha permite observar que as demandas mobilizadas em seu discurso aparecem de forma pontual e pouco sistematizada enquanto propostas de governo. Ainda que seja possível identificar demandas relacionadas a emprego, saúde, virtualização, infraestrutura e esporte, elas não se apresentam, majoritariamente, articuladas entre si de modo contínuo ou desenvolvidas em profundidade, comparando com a construção do antagonismo em seu discurso. Em grande parte das publicações analisadas, essas propostas surgem apenas em ocasiões particulares, muitas vezes concentradas em *lives* específicas, ou inseridas em um discurso mais amplo de crítica, confronto e negatização de um outro antagonizado. Assim, embora existam proposições explícitas, sua articulação não se dá prioritariamente por meio da exposição direta de propostas de governo, mas em meio a um discurso marcado pela construção de fronteiras e pela lógica do antagonismo.

Tomando como referência a Teoria do Discurso (Laclau e Mouffe, 2015), é possível entender melhor essa dinâmica. Embora algumas demandas apareçam conectadas no Instagram — como já apontado anteriormente — essa articulação é limitada. Na maior parte do tempo, as pautas surgem de maneira pontual, ligadas a comentários gerais sobre a cidade ou à construção de antagonismos que orienta boa parte da comunicação do candidato. Assim, temas como emprego, segurança, saúde ou educação até se relacionam em alguns momentos, mas não chegam a formar um projeto discursivo consistente. Em vez disso, são acionados conforme o contexto de cada publicação, funcionando mais como elementos usados para reforçar disputas e posicionamentos do que como propostas de governo desenvolvidas.

Esse padrão contrasta com o modo como as mesmas temáticas são apresentadas no Plano de Governo submetido à Justiça Eleitoral. Diferentemente das postagens, o documento reúne essas demandas de forma sistematizada desde o início, organizando-as por áreas e descrevendo-as como políticas estruturadas, o que permite a formação de uma cadeia de equivalência mais definida. No ambiente do

Instagram, porém, essas pautas reaparecem de maneira posterior e menos organizadas, operando como recursos discursivos mobilizados conforme circunstâncias específicas, muitas vezes associados a discursos de enfrentamento, convocação ou denúncia. Isso reforça que, no ambiente digital, essas demandas circulam e são disputadas dentro de uma lógica marcada pelo antagonismo, que estrutura a forma como o candidato se posiciona nas redes.

Assim, também é possível refletir e perceber que existem demandas mobilizadas por Pablo Marçal que não se apresentam apenas de forma direta, como nos momentos em que o candidato expõe propostas explícitas relacionadas a emprego, segurança ou saúde. Essas demandas também podem ser formuladas de maneira indireta, por meio da construção de antagonismos, quando Marçal se posiciona contra determinados sujeitos, valores ou projetos políticos. Em diversas ocasiões, ao atacar seus opositores ou determinadas pautas, Marçal acaba sinalizando, ainda que de forma implícita, quais posições afirma para si. Por exemplo, ao criticar seus opositores por defenderem o aborto, ao mesmo tempo em que afirma “acreditar na ideologia de Gênesis. Homem e mulher”, seu discurso passa a mobilizar uma proposta ligada à defesa da vida e a valores morais específicos, mesmo que isso não seja apresentado formalmente como proposta de governo.

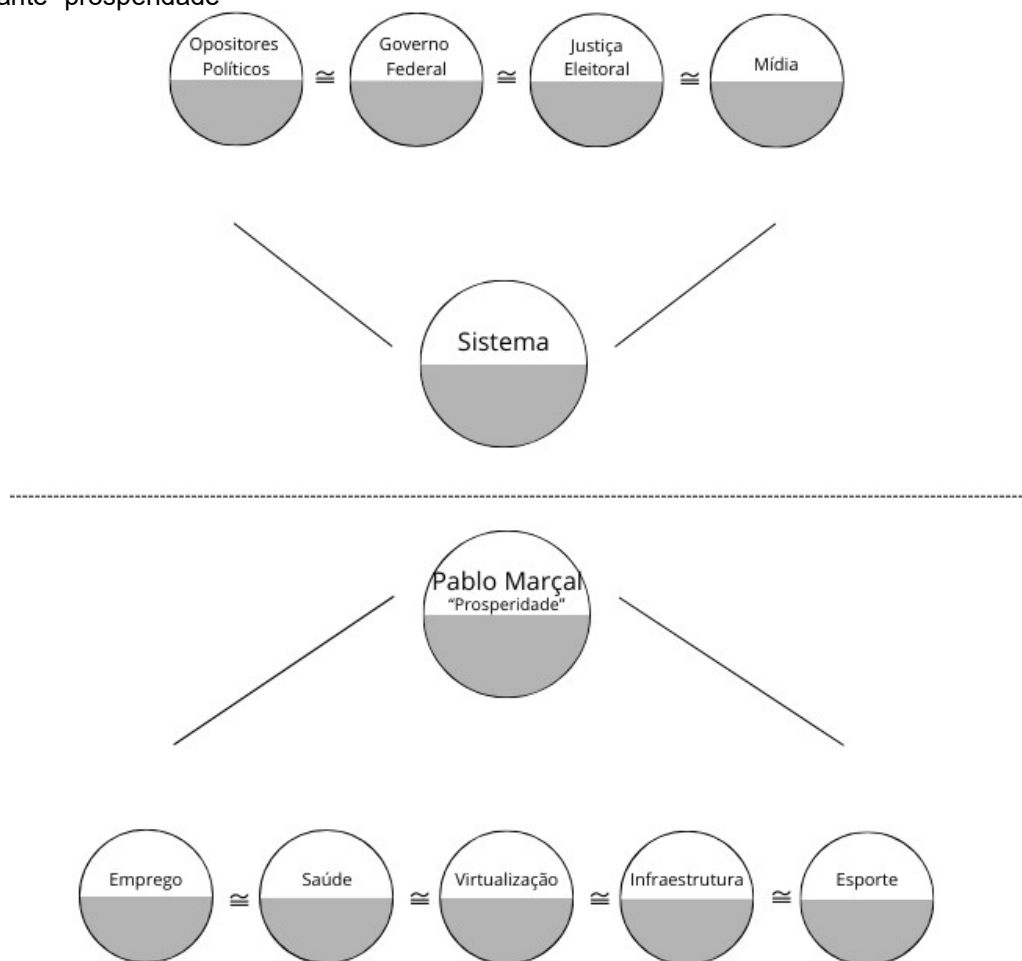
Esse mesmo movimento se repete em outros temas centrais de sua comunicação no Instagram. Ao atacar o governo federal e seus adversários pela condução da economia, pelos impostos ou pela atuação do Estado, Marçal agrega, nas entrelinhas, demandas associadas à redução da intervenção estatal, à centralidade do trabalho e à valorização da iniciativa privada, que aparecem de modo mais explícito quando mobiliza pautas como emprego e empresarização. Da mesma forma, ao criticar seus inimigos por não enfrentarem a criminalidade, articula demandas que depois reaparecem positivamente em seu discurso, como a geração de empregos nas periferias e o uso de tecnologia na segurança pública. Assim, as demandas identificadas em seu discurso no Instagram, também podem se constituir a partir da oposição a sujeitos antagônicos, indicando que, em muitos casos, elas aparecem de forma indireta, no contraste construído pelo candidato entre aquilo que rejeita e aquilo que toma para si.

5.5 Plataformas digitais, prosperidade e neoliberalismo na construção do discurso *outsider* de Pablo Marçal

Para finalizar o capítulo, observa-se que a análise da campanha de Pablo Marçal aprofunda a reflexão apresentada na introdução e retoma o terceiro objetivo específico, ao evidenciar como as redes sociais se consolidam como um espaço central nas disputas eleitorais e na formação de novas figuras políticas no Brasil. A partir delas, torna-se possível compreender de que modo o candidato constrói sua identidade de *outsider*, mobilizando um discurso que rompe com a política tradicional, e que também apresenta uma forma de se comunicar própria do ambiente digital. No caso de Marçal, essa identidade é estruturada pela combinação entre elementos do discurso motivacional (característico do universo do *coaching*) e referências ao empreendedorismo, ambos alinhados à racionalidade neoliberal. Esses componentes, quando articulados em sua comunicação de campanha, reforçam a imagem de alguém que vem “de fora” para transformar a política.

Dentro desse panorama, a relação entre antagonismos e demandas se torna mais evidente quando examinada por meio da representação ilustrada do discurso construído na campanha. Embora analisadas separadamente ao longo do capítulo, sendo apresentada primeiro a definição da fronteira antagônica e depois a construção das demandas, observa-se que esses elementos se articulam para formar um discurso integrado e consistente. A Figura 3 sintetiza essa articulação, reunindo em um único diagrama os grupos posicionados como parte do “sistema” e as demandas mobilizadas por Marçal, destacando a centralidade do significante “prosperidade”. Esse termo, recorrente em toda a sua comunicação, opera como eixo articulador capaz de conectar a transformação da cidade à mudança de mentalidade defendida pelo candidato, funcionando como o elemento que unifica sua proposta política e estrutura sua narrativa de oposição ao *establishment*.

Figura 3: Cadeia de equivalência da campanha de Pablo Marçal: antagonismos, demandas e o significativo “prosperidade”



Fonte: Elaborado pela autora na plataforma Canva com base em Laclau (2013) e Laclau e Mouffe (2015)

No polo superior da figura concentram-se os grupos antagonizados (opositores políticos, governo federal, Justiça Eleitoral e mídia), reunidos sob o significativo “sistema”. Esse termo também condensa aquilo que o candidato nomeia como “esquerda” e “comunismo”, que agrega a construção do ponto central de suas críticas e ataques. No polo inferior, Marçal aparece articulado às demandas de emprego, saúde, virtualização, infraestrutura e esporte, que se organizam discursivamente em torno do significativo prosperidade, funcionando como eixo capaz de unir as diferentes partes de seu discurso. Assim, a figura evidencia como a prosperidade opera como referência central do discurso político de Marçal, articulando tanto sua retórica motivacional quanto seu posicionamento antissistema.

Essa configuração discursiva não apenas mostra uma estratégia de campanha, mas também indica transformações mais amplas na forma de fazer política na era

digital. O discurso de Marçal combina antagonismos, linguagem motivacional e criação de demandas com o uso intensivo das redes sociais, elementos do universo *coach*, centralidade do empreendedorismo e construção de uma autoimagem de *outsider*. Sua atuação digital conecta política e desempenho individual, valorizando engajamento público, personalização da comunicação e circulação contínua de conteúdos.

A prosperidade assume papel central, associada a esforço pessoal, a crescimento individual e a capacidade de superação. Expressões motivacionais recorrentes nas redes sociais também aparecem no Plano de Governo, como no trecho: “quem não tem sonhos não entrega o melhor que tem” (Marçal, 2024, p. 11). A cidade é apresentada como projeto dependente da mudança de mentalidade dos indivíduos e da valorização da iniciativa privada. O incentivo ao empreendedorismo, a investimentos e à preservação de negócios reforçam a articulação entre crescimento econômico e prosperidade individual, evidenciando a centralidade da iniciativa privada e do protagonismo pessoal na transformação urbana.

Desigualdades e dificuldades sociais são mencionadas, mas a responsabilidade pela mudança recai prioritariamente sobre o indivíduo, deslocando a ação coletiva e o papel do Estado para segundo plano. Essa lógica pode ser compreendida a partir de Wendy Brown (2019), que entende o neoliberalismo não apenas como um conjunto de políticas econômicas, mas como uma lógica política que reorganiza valores, práticas institucionais e a forma como os indivíduos se percebem e se comportam. Segundo a autora, essa lógica faz com que os indivíduos sejam vistos como responsáveis por si mesmos e pelo próprio desempenho. Assim, o neoliberalismo passa a associar a liberdade à autonomia individual, à eficiência e à iniciativa pessoal.

No discurso analisado, essa lógica aparece na valorização do mérito, na defesa de parcerias com o setor privado e na ênfase na iniciativa individual como parte importante para o desenvolvimento da cidade. A ideia de crescimento de São Paulo é frequentemente associada à mudança de atitudes e ao engajamento dos cidadãos, ainda que o discurso também reconheça a existência de desafios estruturais. Observa-se, portanto, a construção de um discurso no qual prosperidade, liberdade, desempenho e responsabilização individual ocupam um lugar central no projeto político apresentado.

É nesse contexto que a atuação de Pablo Marçal como *coach* e influenciador digital ganha importância para a análise. Sua familiaridade com a linguagem das redes sociais, o uso frequente de frases motivacionais e a valorização de histórias de sucesso pessoal permitem que sua campanha dialogue diretamente com públicos que já consomem esse tipo de conteúdo. Assim, a figura do influenciador não funciona apenas como um meio de divulgação, mas como parte do próprio discurso político, misturando aconselhamento pessoal, empreendedorismo e propostas de governo. As redes sociais tornam-se, portanto, espaços centrais para a circulação de uma visão de mundo que aproxima política, mérito individual e prosperidade econômica.

Segundo Costa (2023), discursos motivacionais tendem a enfatizar positividade, disciplina e superação, frequentemente incorporando elementos religiosos, especialmente cristãos, que reforçam valores associados ao esforço e à prosperidade. No caso de Marçal, como dito anteriormente, a recorrência dessas referências contribui para a construção de falas que vinculam reconhecimento e transformação social à atuação pessoal. Nesse mesmo sentido, Cesarino (2019) ajuda a entender que as redes sociais não servem apenas para divulgar campanhas, mas funcionam como espaços onde discursos políticos são construídos e fortalecidos. Esses ambientes favorecem a circulação de falas mais polarizadas e a entrada de novos atores na política, muitas vezes fora das mediações tradicionais, como partidos e imprensa. Ao relacionar lógica neoliberal, uso das plataformas digitais e crítica às instituições, as redes criam condições para campanhas mais personalizadas, baseadas na visibilidade, no engajamento e na ação individual. Isso contribui para compreender por que discursos como o analisado neste trabalho encontram nas redes sociais um espaço favorável para se espalhar.

Além disso, essa construção discursiva se articula diretamente com a imagem de *outsider* projetada por Pablo Marçal ao longo da campanha. Conforme discutido por Picussa (2023), a condição de *outsider* não se define apenas pela ausência de vínculos partidários consolidados, mas também pela combinação entre uma trajetória profissional externa à política institucional e a adoção de um discurso crítico ao *establishment*. No caso de Marçal, sua atuação como empreendedor, *coach* e influenciador digital, aliada ao posicionamento antissistema e ao uso intensivo das redes sociais, reforça a imagem de alguém que se coloca fora da política tradicional e, justamente por isso, se apresenta como capaz de promover mudanças. Assim, sua

campanha digital, além de viabilizar sua candidatura, constrói de maneira relevante sua identidade política.

Nesse sentido, o candidato reforça sua identidade de *outsider* ao se apresentar como alguém que vem “de fora” para enfrentar aquilo que define como a política tradicional. Em suas falas, destaca repetidamente que construiu sua trajetória como empresário de sucesso e que “nunca quis mexer com cargo público”, mas que decidiu entrar na disputa por considerar que recebeu um chamado para transformar São Paulo. Esse enquadramento permite que ele coloque a política institucional, associada por ele a acordos, privilégios e ao funcionamento de um sistema que não representaria o povo, na posição de fronteira antagônica de seu discurso. Ao mesmo tempo, projeta sua imagem como a de um político renovador, capaz de trazer inovação, eficiência e coragem para romper com práticas que, segundo ele, mantêm a cidade estagnada. Desse modo, o tom antissistema ajuda Marçal a explicar por que decidiu entrar na política agora e reforça a imagem de que ele veio cumprir uma missão e quebrar com a forma tradicional de fazer política.

Em síntese, o discurso da campanha de Pablo Marçal se constrói a partir da definição de fronteiras antagônicas, da mobilização de demandas e da articulação entre redes sociais, linguagem empreendedora e lógica neoliberal, presentes tanto em suas propostas quanto na forma como se apresenta politicamente. O uso de falas motivacionais, associado ao *coaching* e à presença digital, reforça um discurso em que a política se entende menos como espaço coletivo e mais como resultado do desempenho individual, consolidando a imagem de *outsider* e o posicionamento antissistema do candidato.

Essa articulação se torna ainda mais evidente na Figura 3, em que “prosperidade” funciona como eixo capaz de integrar demandas diversas sob um mesmo horizonte de transformação. Ao contrapô-las ao polo antagonizado do “sistema”, o discurso projeta uma cidade em que superar obstáculos institucionais depende de mudança de mentalidade, empreendedorismo e iniciativa individual. Dessa forma, o capítulo evidencia como a campanha de Marçal reflete transformações mais amplas da política contemporânea, marcada pela centralidade das redes sociais, pela lógica neoliberal e por novas formas de atuação política, com a prosperidade funcionando como eixo central que conecta demandas, antagonismos e a identidade política construída no discurso do candidato.

6 Considerações Finais

Este trabalho partiu da pergunta “quais sentidos são mobilizados no discurso de Pablo Marçal na campanha à Prefeitura de São Paulo em 2024?” e, ao longo do percurso, buscou compreender essa construção discursiva identificando os antagonismos, as demandas articuladas e a relação entre o discurso da campanha e sua identidade de *outsider* no contexto digital. O que a análise permite concluir é que esses sentidos não se organizam como uma simples soma de propostas, mas como uma maneira de organizar o próprio discurso. Ao afirmar o que São Paulo “é” e o que “deveria ser”, Marçal delimita quem seria o responsável pelos problemas da cidade, estabelece quais temas ganham destaque e apresenta a transformação urbana a partir da lógica do mérito, da prosperidade, da autossuficiência e da renovação da política tradicional.

Um primeiro sentido forte mobilizado na campanha é o da autoridade fundada na biografia. Nas redes, a propaganda eleitoral se apoia na trajetória pessoal e empresarial do candidato e em uma linguagem marcada pelo universo do *coaching* e do empreendedorismo, associando sucesso econômico, mérito individual e capacidade de liderança como forma de legitimar sua pretensão de governar. Esse movimento não aparece isolado, ele conecta política e desempenho pessoal, projetando a ideia de que a cidade “funciona” quando o indivíduo funciona, e que prosperar depende, antes, de mentalidade e disciplina. Nesse registro, o discurso da campanha também distribui responsabilidades: Marçal convoca seus seguidores a “entrar na guerra”, pedir votos, compartilhar conteúdo e financiar a disputa, apresentando a própria campanha como obra coletiva sustentada por “povo”, “Deus” e engajamento digital. Em outras palavras, a participação do eleitor não é apenas o simples apoio, ela é colocada como parte do mecanismo que tornaria São Paulo “próspera”.

Ao mesmo tempo, o eixo que mais estrutura a comunicação nas redes é o antagonismo. O “sistema” aparece como uma entidade ampla e agregadora que explicaria os obstáculos enfrentados, daria sentido a ataques e organizaria a campanha como um enfrentamento permanente. Os antagonizados não são apresentados como sujeitos e grupos desconectados, mas como partes de uma mesma estrutura: opositores políticos, Governo Federal, Justiça Eleitoral e mídia são

articulados como bloco homogêneo, ainda que sejam distintos entre si, e a própria figura do candidato aparece isolada “abaixo” desse conjunto na fronteira discursiva construída. Dentro dessa lógica, esses atores são frequentemente caracterizados como pertencentes à “esquerda” ou ao “comunismo”, categorias que operam como rótulos, condensando diferentes adversários sob uma mesma identidade ideológica no interior do significante “sistema”.

Essa construção antagônica é importante porque, para Laclau e Mouffe, a identidade política e o discurso não se estabilizam “por dentro”, mas dependem do seu exterior. No caso, o antagonismo deixa de ser apenas ameaça e passa a funcionar como condição de existência do discurso, isto é, aquilo que limita e, ao mesmo tempo, possibilita que o “Sujeito Marçal” se apresente como antissistema e *outsider*. É aí que o argumento de perseguição e censura ganha força. O candidato incorpora banimentos e derrubadas de perfis, decisões judiciais desfavoráveis e necessidade de migrar entre plataformas como “provas” de um cenário de censura institucionalizada, reforçando a imagem de que ele enfrenta sem padrinhos ou recursos públicos um aparato coordenado para silenciá-lo.

Essa mesma lógica de “ser barrado” reaparece quando sua trajetória política de 2022 é retomada. A pré-candidatura à Presidência, a rejeição do registro e a anulação dos resultados passam a ser apresentadas como obstáculos institucionais que não encerraram sua missão, mas a fortaleceram e a impulsionaram novamente na disputa de 2024. Assim, a perseguição deixa de ser apenas um fato isolado e se torna uma forma de interpretar a disputa política, capaz de transformar conflitos em prova de coerência, apresentando as tentativas de silenciamento como evidência de que sua candidatura representa uma ameaça ao sistema, e de sustentar sua posição na disputa por sentido.

Quando se observa o segundo objetivo específico (quais demandas se articulam), a conclusão é que, nas redes, elas aparecem em desvantagem frente ao antagonismo. Na amostra analisada, das 216 publicações, apenas 18 mobilizam demandas de forma explícita, e isso reforça que o conteúdo prioriza cortes, choques e confrontos, deixando em segundo plano propostas claras. Ainda assim, existem demandas (emprego, saúde, virtualização, infraestrutura e esporte), mas elas tendem a surgir pontualmente e muitas vezes vinculadas ao gesto de oposição, aparecendo mais como resposta a um ataque do que como apresentação organizada de projetos.

É possível, inclusive, pensar em demandas implícitas por inversão, aquilo que o discurso afirma para si ao negar o outro.

Além disso, quando se compara o Instagram ao Plano de Governo, as propostas do documento oficial aparecem organizadas e sistematizadas; nas redes, surgem de forma mais simplificada, fragmentada e inseridas em contextos de confronto. Enquanto o Plano apresenta um conjunto estruturado de pautas, o Instagram privilegia conteúdos mais diretos e polêmicos. Nessa comparação, também aparecem silêncios relevantes: temas ambientais, presentes no Plano de Governo, quase não circulam nas redes, sugerindo um recorte estratégico voltado ao que gera maior engajamento e conflito.

Nesse cenário, o termo que mais organiza o conjunto é “prosperidade”. Ele não funciona apenas como palavra de efeito, mas como ponto nodal, isto é, um significante central que articula temporariamente os diferentes elementos do discurso. A partir dele, passam a se conectar a fronteira antagônica em torno do “sistema”, as demandas mobilizadas na campanha (especialmente relacionadas a emprego, tecnologia e desenvolvimento), e a ênfase na responsabilidade e na iniciativa individual como caminho para a transformação da cidade por meio de uma mudança de mentalidade. O próprio discurso da campanha explicita essa ambição ao associar prosperidade à ideia de um “movimento” que ultrapassa a eleição e concebe o governo como uma forma de “mentoria”. Dessa maneira, a oposição ao “sistema” e as demandas apresentadas como soluções para a cidade se organizam em torno da prosperidade, fazendo com que o centro da campanha não esteja apenas em promessas específicas, mas na defesa de uma transformação baseada em mentalidade, mérito e iniciativa individual.

Nesse contexto, também é possível observar como referências externas atravessam o discurso da campanha sem se tornarem centrais em sua articulação. A relação com Jair Bolsonaro é um exemplo disso. Embora sua imagem apareça no material, em atos, símbolos e aproximações em alguns momentos, essa referência não se estabiliza como parte da cadeia de equivalências que estrutura o discurso. Ainda assim, sua presença é relevante, pois evidencia como o candidato busca se aproximar de um campo ideológico específico, ao mesmo tempo em que tenta afirmar uma posição própria, sem mudar o centro de sua campanha. Como observado ao longo da análise, essa aproximação é marcada por ambiguidades, combinando momentos de aproximação com episódios de distanciamento e conflito, como nas

críticas ao apoio de Bolsonaro a Ricardo Nunes e nas menções a desentendimentos com seu entorno político. Além disso, a presença de figuras associadas a esse campo em eventos da campanha, como Silas Malafaia nas manifestações do 7 de setembro, reforça a circulação dessas referências, mas também evidencia que essa relação não se dá de forma estável ou plenamente alinhada. Isso mostra que essa aproximação não é direta, acontecendo apenas em alguns momentos, o que permite ao candidato dialogar com esse campo sem deixar de construir sua própria posição.

Por fim, observa-se outra característica que é fundamental para compreender o modo como sua candidatura se constrói no discurso. A condição de *outsider* não aparece apenas como um rótulo, mas como um efeito produzido pela combinação entre sua trajetória empresarial, o discurso antissistema e o uso das mídias sociais. Ao se apresentar como alguém que “veio de fora” para enfrentar a política tradicional, Marçal mobiliza sua biografia para legitimar a própria presença na disputa e transformar sua entrada tardia na política em uma narrativa de missão e ruptura. No ambiente digital, essa imagem é reforçada por conteúdos que associam mentalidade, coragem e prosperidade ao ato de governar, criando a ideia de que apenas alguém não comprometido com a lógica dos partidos e do Estado seria capaz de transformar São Paulo. Assim, é nas redes que sua crítica ao *establishment* ganha aderência e é por meio dessa crítica que ele se diferencia e se afirma como uma alternativa política renovadora.

Em resumo, o trabalho conclui que os sentidos mobilizados por Pablo Marçal em 2024 se organizam em uma articulação que depende do contexto da disputa, na qual o antagonismo em torno do “sistema” estrutura o discurso, as demandas aparecem com menos frequência nas redes (muitas vezes de forma indireta) e a prosperidade funciona como elemento central que integra a promessa política, conectando a transformação da cidade à mudança de mentalidade e ao protagonismo individual. Esse contexto contribui para entender por que, diante da ausência de tempo de televisão e dos embates com a Justiça Eleitoral, as redes sociais assumem um papel estruturante na própria elaboração do discurso político. Nelas, exposição pública, mobilização, confronto e construção de identidade passam a fazer parte da própria forma de atuar na política, permitindo que figuras vindas do empreendedorismo e do universo dos influenciadores transformem visibilidade e reconhecimento em desempenho eleitoral.

Referências

AGUIAR, Taylor de. O coaching no universo evangélico brasileiro: um panorama descritivo. **Religião e Sociedade**, Rio de Janeiro, v. 44, n. 3, e440307, 2024. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rs/a/CsfVcjDFY7RQfw75z9ztr9r/>. Acesso em: 30 maio 2025.

BABBIE, Earl R. **Métodos de pesquisas de survey**. 2. ed. Belo Horizonte: UFMG, 1999.

BERNARDO, José Vicente. Fundador da Wise Up transforma empresa em mina de dinheiro. **Forbes Brasil**, 20 jul. 2019. Disponível em: <https://forbes.com.br/escolhas-do-editor/2019/07/fundador-da-wise-up-transforma-empresa-em-mina-de-dinheiro/>. Acesso em: 30 jun. 2025.

BITAR, Renata. Pablo Marçal omite R\$ 22 milhões em declaração de patrimônio entregue ao TSE. **G1**, São Paulo, 14 ago. 2024. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/eleicoes/2024/noticia/2024/08/14/pablo-marcal-omite-r-22-milhoes-em-declaracao-de-patrimonio-entregue-ao-tse.ghtml>. Acesso em: 07 dez. 2025.

BRASIL PARALELO. Conheça Pablo Marçal, um dos candidatos mais polêmicos na eleição de São Paulo. **Brasil Paralelo**, 03 out. 2024. Disponível em: <https://www.brasilparalelo.com.br/noticias/conheca-pablo-marcal-um-dos-candidatos-mais-polemicos-na-eleicao-de-sao-paulo>. Acesso em: 25 jun. 2025.

BROWN, Wendy. **Nas ruínas do neoliberalismo**: a ascensão da política antidemocrática no Ocidente. São Paulo: Editora Filosófica Politeia, 2019.

CARREIRA : a política sob o olhar de Pablo Marçal. **Mensch**, 21 jun. 2022. Disponível em: <https://revistamensch.com.br/carreira-a-politica-sob-o-olhar-de-pablo-marcal/>. Acesso em: 25 jun. 2025.

CAREGNATO, Rita Catalina Aquino; MUTTI, Regina. Pesquisa qualitativa: análise de discurso versus análise de conteúdo. **Texto & Contexto Enfermagem**, Florianópolis, v. 15, n. 4, p. 679-684, out./dez. 2006.

CENTRO DE CONVENÇÕES GOIÂNIA. **Institucional**. Goiânia, 2015. Disponível em: <https://www.ccco.com.br/institucional/>. Acesso em: 07 dez. 2025.

CESARINO, Letícia. **Populismo digital, neoliberalismo e pós-verdade**: uma explicação cibernética. Trabalho apresentado na VII Reunião de Antropologia da Ciência e da Tecnologia (ReACT), Florianópolis, SC, 07–10 maio 2019.

COSTA, Ranieri Vicente da. **Mediatização, consumo e teologia coaching**: sentidos de positividade e sucesso na rede social digital Instagram. 2023. 129 f. Dissertação (Mestrado em Linguagens, Mídia e Arte) – Pontifícia Universidade Católica de Campinas, Campinas, 2023.

CRESWELL, John W. **Projeto de pesquisa**: métodos qualitativo, quantitativo e misto. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

FERREIRA, Fabio Alves. Para entender a Teoria do Discurso de Ernesto Laclau. **Revista Espaço Acadêmico**, n. 127, p. 12–18, dez. 2011.

GALINA, Décio. João Apolinário: 20 anos de Polishop e uma fome de tubarão. **Forbes Brasil**, 2 fev. 2020. Disponível em: <https://forbes.com.br/negocios/2020/02/joao-apolinario-20-anos-de-polishop-e-uma-fome-de-tubarao/>. Acesso em: 30 jun. 2025.

GALISI, Juliano. Como Pablo Marçal ficou rico: conheça o império de empresas, cursos e livros do ex-coach. **TERRA**, 16 ago. 2024. Disponível em: <https://www.terra.com.br/noticias/brasil/politica/como-pablo-marcal-ficou-rico-conheca-o-imperio-de-empresas-curso-e-livros-do-ex-coach,3f9581daa22be3a317b17a0d7b766fcamsu9hc23.html>. Acesso em: 30 maio 2025.

G1. APURAÇÃO DOS VOTOS: Resultado das apurações em São Paulo. **G1**, São Paulo, 27 out. 2024a. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/eleicoes/2024/resultado-das-apuracoes/sao-paulo.ghtml>. Acesso em: 09 nov. 2025.

G1. Justiça Eleitoral determina suspensão de perfis de Pablo Marçal nas redes sociais usados para monetização. **G1**, São Paulo, 24 out. 2024b. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/eleicoes/2024/noticia/2024/08/24/justica-eleitoral-determina-suspensao-de-perfis-de-pablo-marcal-nas-redes-sociais-usados-para-monetizacao.ghtml>. Acesso em: 09 nov. 2025.

G1. Quem vai desbloquear o X no Brasil. **G1**, 8 out. 2024c. Disponível em: <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2024/10/08/quem-vai-desbloquear-o-x-no-brasil.ghtml>. Acesso em: 10 jul. 2025.

G1. TRE-SP acata recurso e considera Pablo Marçal eleito para deputado federal. **G1**, 14 out. 2022a. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/eleicoes/2022/noticia/2022/10/14/tre-sp-retotaliza-resultados-do-primeiro-turno-e-pablo-marcal-passa-a-condicao-de-eleito-e-assume-vaga-na-camara-dos-deputados.ghtml>. Acesso em: 08 nov. 2025.

G1. Ministro do TSE suspende decisão que considerou Pablo Marçal eleito. **G1**, 30 out. 2022b. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/eleicoes/2022/noticia/2022/10/30/ministro-do-tse-suspende-decisao-que-considerou-pablo-marcal-eleito.ghtml>. Acesso em: 08 nov. 2025.

GODOY, Arilda Schmidt. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 35, n. 2, p. 57-63, mar./abr. 1995.

GOMES, Beatriz. Pablo Marçal depende da Justiça para assumir como deputado federal; entenda. **UOL**, São Paulo, 03 out. 2022. Disponível em:

<https://noticias.uol.com.br/eleicoes/2022/10/03/pablo-marcal-eleicao-deputado-federal.htm>. Acesso em: 08 nov. 2025.

GP IdAD. Grupo de Pesquisa Ideologia e Análise de Discurso da UFPel. Produtos – Produtos Técnicos. **GP IdAD**, s.d. Disponível em: <https://wp.ufpel.edu.br/idad/produtos/produtos-tecnicos/>. Acesso em: 29 jul. 2025

HUR, Domenico. Pablo Marçal como nova oferta psicopolítica neoliberal. **Lugar Comum**, Rio de Janeiro, n. 71, p. 40–63, 2025. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/388826584_Pablo_Marcal_como_nova_oferta_psicopolitica_neoliberal. Acesso em: 30 maio 2025.

LACLAU, E. **A razão populista**. Tradução: Carlos E. M. de Moura. São Paulo: Três Estrelas, 2013.

LACLAU, Ernesto. **New reflections on the revolution of our time**. London: Verso, 1990.

LACLAU, E.; MOUFFE, C. **Hegemonia e estratégia socialista**: por uma política democrática radical. Tradução: Joanildo A. Burity, Josias de Paula Jr. e Aécio Amaral. 1. ed. São Paulo: Intermeios, 2015. Cap. 3 e 4.

LANGE, Thales Morbach. **OpenAI Whisper** [recurso eletrônico]: transcrição automática para pesquisa (Guia Prático de Utilização do OpenAI Whisper no Google Colab). Pelotas: PPGCPol, 2025. Disponível em: <https://wp.ufpel.edu.br/idad/files/2025/06/OpenAI-Whisper-transcricao-automatica-para-pesquisa.pdf>. Acesso em: 30 jul. 2025.

LIMA, Daniela. Justiça Eleitoral suspende perfil de Pablo Marçal no Instagram após indícios de falsificação de laudo sobre drogas contra Boulos. **G1**, 05 out. 2024. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/blog/daniela-lima/post/2024/10/05/justica-eleitoral-suspende-perfil-de-pablo-marcal.ghtml>. Acesso em: 09 nov. 2025.

LIMA, Maria Emília Amarante Torres. Análise do discurso e/ou análise de conteúdo. **Psicologia em Revista**, Belo Horizonte, v. 9, n. 13, p. 76–88, 2003.

MANZONI, Leandro. Agora na Wise Up, Carlos Wizard-adquire mais uma escola de idioma. **Forbes Brasil**, 19 jun. 2017. Disponível em: <https://forbes.com.br/negocios/2017/06/agora-na-wise-up-carlos-wizardadquire-mais-uma-escola-de-idioma/>. Acesso em: 30 jun. 2025.

MARÇAL, Pablo. Esta é a minha história – Pablo Marçal. **YouTube**, 20 nov. 2022. (29min 35s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=PVRbjmW59ac>. Acesso em: 25 jun. 2025.

MARÇAL, Pablo. **Método IP**. 2025. Disponível em: <https://metodoip.com.br/>. Acesso em: 30 jun. 2025.

MARÇAL, Pablo. **Plano de governo 2025–2028**. São Paulo, 16 ago. 2024. 100 p. Disponível em: <https://divulgacandcontas.tse.jus.br/divulga/#/candidato/SUDESTE/SP/2045202024/250001978066/2024/71072>. Acesso em: 11 fev. 2026.

MENDONÇA, D. Uma (breve) introdução ao pensamento pós-estruturalista. **Paralelo 31**, Recife, v. 15, p. 150–162, dez. 2020.

MENDONÇA, D. de. A noção de antagonismo na ciência política contemporânea: uma análise a partir da perspectiva da teoria do discurso. **Revista de Sociologia e Política**, n. 20, p. 135–145, 2003.

MENDONÇA, D. de. Como olhar “o político” a partir da teoria do discurso. **Revista Brasileira de Ciência Política**, Brasília, v. 1, n. 1, p. 153–169, 2009.

NEVES, Rafael; PEREIRA, Manuela Rached. TRE-SP decide manter suspensão das redes sociais de Pablo Marçal. **UOL Notícias**, São Paulo, 23 set. 2024. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/eleicoes/2024/09/23/julgamento-tre-sp-suspensao-redes-pablo-marcal.htm>. Acesso em: 22 ago. 2025.

NETTO, Paulo Roberto. Após reviravoltas, Pablo Marçal tem candidatura a presidente barrada no TSE. **UOL**, São Paulo, 6 set. 2022. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/eleicoes/2022/09/06/apos-reviravoltas-tse-barra-candidatura-de-pablo-marcal-a-presidencia.htm>. Acesso em: 30 jun. 2025.

PADOVANI, Gustavo. La Casa Digital: Reality Show como estratégia de vendas de um mundo plataformizado. **Dispositiva**, Belo Horizonte, v. 12, n. 22, p. 91–115, 2023. Disponível em: <https://periodicos.pucminas.br/dispositiva/article/view/31359>. Acesso em: 30 maio 2025.

PICUSSA, Roberta. Outsiders: um conceito de difícil operacionalização na Ciência Política. **Revista de Sociologia e Política**, v. 31, e023, 2023.

PINTO, Céli Regina Jardim. Elementos para uma análise de discurso político. **Barbarói**, v. 24, n. 1, p. 78–109, 2006.

ROSA, Felipe. O que são infoprodutos? Guia completo para entender esse mercado. **RD Station**, 04 set. 2024. Disponível em: <https://www.rdstation.com/blog/marketing/infoprodutos/>. Acesso em: 30 jun. 2025.

TAVARES, Vitor. Por que o X (ex-Twitter) foi banido do Brasil e depois voltou. **BBC News Brasil**, São Paulo, 30 ago. 2024. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/articles/c4gz28359d4o>. Acesso em: 10 jul. 2025.

TRE-SP. Tribunal Regional Eleitoral de São Paulo. Eleições 2024: posição eleitoral no rádio e na TV começa nesta sexta (30). **TRE-SP**, São Paulo, 28 ago. 2024. Disponível em: <https://www.tre-sp.jus.br/comunicacao/noticias/2024/Agosto/eleicoes-2024-horario-eleitoral-no-radio-e-na-tv-comeca-nesta-sexta-30>. Acesso em: 11 fev. 2025.

TSE. Tribunal Superior Eleitoral. Glossário eleitoral explica o que é cláusula de barreira. **TSE**, 27 set. 2023. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2023/Setembro/glossario-eleitoral-explica-o-que-e-clausula-de-barreira>. Acesso em: 11 fev. 2025.

UOL. "Negócio tá bom hoje": como era o esquema que implicou Pablo Marçal. **UOL**, 02 set. 2024a. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/eleicoes/2024/09/02/o-negocio-ta-bom-hoje-como-era-o-esquema-que-implicou-pablo-marcal.htm>. Acesso em: 28 jun. 2025.

UOL. Marçal foi detido preventivamente e condenado por golpes bancários, mas caso prescreveu. **UOL**, 23 ago. 2024b. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/agencia-estado/2024/08/23/marcal-foi-detido-preventivamente-e-condenado-por-golpes-bancarios-mas-caso-prescreveu.htm>. Acesso em: 28 jun. 2025.

UOL. O que se sabe sobre a promessa de Marçal e as doações para Camizungo, em Angola. **UOL**, 04 out. 2024c. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/agencia-estado/2024/10/04/o-que-se-sabe-sobre-a-promessa-de-marcal-e-as-doacoes-para-camizungo-em-angola.htm>. Acesso em: 30 jun. 2025.

UOL. Justiça aceita denúncia contra Pablo Marçal por colocar 32 pessoas em risco no Pico dos Marins. **UOL**, 20 maio. 2025. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/agencia-estado/2025/05/20/justica-aceita-denuncia-contr-pablo-marcal-por-colocar-32-pessoas-em-risco-no-pico-dos-marins.htm>. Acesso em: 30 jun. 2025.

VENANCIO, Milena de Azeredo Pacheco. "Só os irresponsáveis chegam ao topo": Narrativas de coaches motivacionais nas redes e o caso Pico dos Marins. **Dispositiva**, Belo Horizonte, v. 12, n. 22, p. 116–135, 2023. Disponível em: <https://periodicos.pucminas.br/dispositiva/article/view/31360>. Acesso em: 30 maio 2025.

VELOSO, Daniel. "Um sonho precisa ser seguido por atitudes", afirma Janguie Diniz, fundador da Ser Educacional. **Forbes Brasil**, 16 jul. 2020. Disponível em: <https://forbes.com.br/negocios/2020/07/um-sonho-precisa-ser-seguido-por-atitudes-afirma-janguie-diniz-fundador-da-ser-educacional/>. Acesso em: 30 jun. 2025.