

**FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

MARIA EDUARDA PARMINONDI ARAÚJO DA SILVA

**PAIXÃO E PODER:
A MANUTENÇÃO DA LIDERANÇA AFETIVA NA POLÍTICA
BRASILEIRA POR MEIO DAS COMUNICAÇÕES
DE GETÚLIO VARGAS A EDUARDO PAES**

VOLTA REDONDA

2025

**FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**PAIXÃO E PODER:
A MANUTENÇÃO DA LIDERANÇA AFETIVA NA POLÍTICA
BRASILEIRA POR MEIO DAS COMUNICAÇÕES
DE GETÚLIO VARGAS A EDUARDO PAES**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Jornalismo do UniFOA como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Jornalismo.

Aluno: Maria Eduarda Parminondi Araújo da Silva

Orientador: Professor Mestre Douglas Baltazar Gonçalves

VOLTA REDONDA

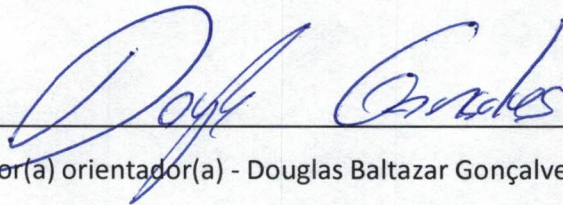
2025

FOLHA DE APROVAÇÃO

Trabalho de Conclusão de Curso intitulado **Paixão e Poder: a Manutenção da Liderança Afetiva na Política Brasileira por Meio das Comunicações - de Getúlio Vargas a Eduardo Paes** elaborado por **Maria Eduarda Parminondi Araújo da Silva** apresentado publicamente perante a Banca Avaliadora, como parte dos requisitos para conclusão do Curso de Jornalismo.

Aprovado em 07 de novembro de 2025.

Banca Avaliadora:



Professor(a) orientador(a) - Douglas Baltazar Gonçalves, Mestre, UniFOA



Professor(a) avaliador(a) - Angélica Aparecida Silva Arieira, Mestre, UniFOA



Professor(a) avaliador(a) - Pedro Henrique Menezes, Especialista, UniFOA

Sede Administrativa:



Campus Universitário
Olezio Galotti

Av. Daurio Peixoto Aragão, 1325, Três Poços | Volta Redonda - RJ
T: (24) 3340-8400 | Cep: 27240-560

A todos aqueles que mantiveram a fé na minha caminhada, e despertaram o amor que me ajudou a prosseguir nessa etapa decisiva da minha jovem vida. A cada olhar de conforto, sabias palavras, e tempo dedicado, reconheço fragmentos de quem sou e encontro nesses momentos a razão para buscar meu lugar no mundo.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, ao colo da minha mãe Marcia Cristina Parminondi Araujo, que com o tempo se tornou pequeno, e que, mesmo com essa difícil fase, me ajudou a dar os primeiros passos rapidamente, mas sempre com amor e apoio. Sou grata ao meu tio José Marcos da Silva, que me ensinou a nadar, a gostar de samba e foi fundamental na minha primeira formação acadêmica.

Com todo meu coração e palavras, quero agradecer à minha noiva, Bruna Pedroso Hernandes de Oliveira. Do primeiro sorriso do dia ao último da noite, seu apoio me faz ser não apenas alguém, mas verdadeiramente eu. Meu amor, obrigada por acreditar em mim, por me segurar nos momentos difíceis da vida adulta. Crescer ao seu lado é sensacional e ver você crescer é magnífico. Não poderia ser mais grata pela nossa vida. Me enxergar no reflexo dos seus olhos, desde o nosso primeiro encontro, é como encontrar um lar, um lugar onde posso ser livre, sem medo e sem pressa. Te amo em cada instante que passa e em todos os que ainda virão. Nas poesias mais bonitas, nos risos mais sinceros, é você que eu vejo, é

you that inhabits every verse and every smile of mine.

Academically, I want to express my deep gratitude to the professor and coordinator Angélica Arieira. You may not know, but I remember a note of yours stuck to the wall of our classroom, where it shared a reflection on returning to who we were before. That touched me in a way so strong that, after finishing a test that day, I had to leave the classroom to cry, but, beyond the note on the wall, your guidance, patience over those four years were fundamental to my formation, both academically and personally, even when everything seemed difficult, you showed that teaching is, above all, an act of love.

In the end, thank you, Ally. You don't know how to read, but without you, life here would be so different. The house would be silent, the days would have fewer laughs and the jokes would lose their charm. Your presence transforms our lives, fills the rooms with joy and reminds me, every day, of the value of small things. You are part of our family, and I couldn't stop recognizing how much you, with your grey hair, pink and black sneakers, were fundamental in that moment.

E até mesmo que tivesse fé, de forma a poder falar a uma montanha e fazê-la deslocar-se, isso não teria valor algum sem o amor.

1 Coríntios 13

RESUMO

No âmbito desta pesquisa acadêmica, busca-se analisar a manutenção da liderança afetiva na política brasileira, ao realizar uma análise comparativa entre o governo de líderes reconhecidos pelo seu carisma, como Getúlio Vargas e Eduardo Paes, atual prefeito do Rio de Janeiro, separados por sete décadas, mas unidos pela capacidade de mobilizar paixões coletivas por meio de seus feitos políticos e comunicativos determinantes de resultados eleitorais. O objetivo geral do trabalho consiste em demonstrar que ferramentas comunicacionais se transformaram significativamente com o passar do tempo, entre a era analógica autoritária e a era digital democrática, contudo, os mecanismos psicológicos de mobilização emocional permanecem estruturalmente inalterados. Metodologicamente, empregou-se análise histórica fundamentada em fontes primárias (discursos, carta-testamento, dados eleitorais) e secundárias (estudos historiográficos, sociológicos e psicanalíticos), articulando teoricamente contribuições sobre dominação carismática, psicologia das massas, emoções políticas, sociedade espetacular e capital social em redes digitais. Comparativa. O resultado demonstra que ambos os líderes usavam vínculos afetivos que ultrapassam a racionalidade programática que a política impõe. É possível verificar no decorrer da pesquisa, que a paixão política constitui força estruturante permanente da democracia brasileira, impondo reflexão ética sobre manipulação algorítmica contemporânea.

Palavras-Chave: comunicação política; paixão política; liderança carismática; Eduardo Paes; Getúlio Vargas.

ABSTRACT

Within the scope of this academic research, we seek to analyze the maintenance of affective leadership in Brazilian politics by conducting a comparative analysis between the governance of leaders recognized for their charisma, such as Getúlio Vargas and Eduardo Paes, current mayor of Rio de Janeiro, separated by seven decades but united by their capacity to mobilize collective passions through their political and communicative achievements that determine electoral results. The general objective of the work consists of demonstrating that communicational tools have transformed significantly over time, between the authoritarian analog era and the democratic digital era; however, the psychological mechanisms of emotional mobilization remain structurally unchanged. Methodologically, historical analysis was employed based on primary sources (speeches, testament-letter, electoral data) and secondary sources (historiographical, sociological and psychoanalytic studies), theoretically articulating contributions on charismatic domination, mass psychology, political emotions, spectacular society and social capital in digital networks. Comparative. The results demonstrate that both leaders used affective bonds that transcend the programmatic rationality that politics imposes. It is possible to verify throughout the research that political passion constitutes a permanent structuring force of Brazilian democracy, imposing ethical reflection on contemporary algorithmic manipulation.

Keywords: political communication; political passion; charismatic leadership; Eduardo Paes; Getúlio Vargas.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	11
2. ENTRE A RAZÃO E O CORAÇÃO: A RELAÇÃO DOS BRASILEIROS COM SEUS POLÍTICOS	14
2.1 O Afeto como Força Política e Psicológica.....	14
2.2. A Paixão na Política Brasileira: Caso Getúlio Vargas	16
3. A FIGURA DO LÍDER AFETUOSO E O USO DA PAIXÃO COMO TRAJETÓRIA NA POLÍTICA ATUAL: O CASO EDUARDO PAES	25
3.1 Vida de Eduardo Paes: do Rio de Janeiro para o mundo.....	26
3.2. O comportamento do líder afetuoso	35
4. DEMOCRACIA DIGITAL E OS RISCOS DA MOBILIZAÇÃO AFETIVA	40
5. CONCLUSÃO	42
REFERÊNCIAS.....	45

1. INTRODUÇÃO

Em decorrência do 18 Brumário de Luís Bonaparte, Karl Marx analisou que a história sempre se repete, “a primeira vez como tragédia, a segunda como farsa” (MARX, [s.d.]).

Nos últimos anos, a população brasileira foi testemunha de eventos históricos na política que podem ser consideradas repetições de atos passados. Um exemplo recente foi o ocorrido em 8 de janeiro de 2023, em Brasília, quando apoiadores do ex-Presidente Jair Bolsonaro invadiram o Congresso Nacional e o Palácio do Planalto, visando um golpe político que objetivava a ascensão dos militares ao poder, de forma autoritária (TERRORISTAS, 2023), tentativa que nos remete a uma versão atualizada da tomada de poder pelos militares em 1964 no Brasil.

Apesar de ser um contexto que envolve elementos a mais, como uma possível coerção bélica na tentativa de impor interesses privados, o fato é que grandes mobilizações requerem, quase sempre, a figura de grandes líderes. Independente de suas características pessoais ou contextos políticos, sendo eles exímios oradores ou não, o que líderes marcantes na história demonstram é que eles têm não uma mesma característica subjetiva, como um traço da personalidade, e sim um valioso conhecimento em comum: entender, de forma significativa, o público-alvo ao qual se dirigem e aprofundar a relação com este público de forma a atingir o âmbito afetivo de suas personalidades.

Em tempos de democracia digital e das chamadas *fake news*, como são popularmente conhecidas as notícias falsas, faz-se extremamente importante entender como essas figuras conhecidas por ter amplo apoio da população conseguem alcançar este patamar tornando fundamental compreender os reais interesses por trás de seus discursos (SERRANO, 2023).

Desta forma, busca-se, neste trabalho, compreender como, apesar dos diferentes contextos históricos e tecnológicos, figuras centrais de liderança fazem para se utilizar da liderança afetiva, considerando as mudanças nos meios de comunicação ocorridas desde o século XX até o momento.

Através de exemplos práticos, abordaremos os casos de Getúlio Vargas durante o Estado Novo (1937-1945) e Eduardo Paes, em suas campanhas para a prefeitura do Rio de Janeiro (2009-2024), a fim de analisar se, apesar de haver uma mudança radical nos meios tecnológicos de comunicação, os fundamentos

psicológicos utilizados como elementos para manutenção de uma liderança afetiva, capaz de mobilizar massas, ainda permanecem surtindo efeitos.

Diante deste contexto, justifica-se a importância desta pesquisa, como forma de compreender criticamente os processos de mobilização emocional na política brasileira. Metodologicamente, este trabalho empregou análise histórica comparativa fundamentada em fontes primárias e secundárias. Como fontes primárias, utilizaram-se discursos políticos, a Carta-Testamento de Getúlio Vargas, dados eleitorais do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), reportagens de época e postagens em redes sociais de Eduardo Paes. As fontes secundárias incluem estudos historiográficos, sociológicos, psicanalíticos e de comunicação política que abordam dominação carismática, psicologia das massas, emoções políticas e sociedade do espetáculo. A abordagem comparativa permitiu identificar continuidades e transformações nos padrões de liderança afetiva, evidenciando como diferentes contextos tecnológicos influenciam, mas não eliminam, os mecanismos emocionais fundamentais da mobilização política.

Este trabalho está estruturado em três capítulos. O primeiro capítulo apresenta o referencial teórico sobre paixão política, liderança carismática e mobilização emocional, articulando contribuições de Max Weber sobre dominação carismática, Sigmund Freud sobre psicologia das massas, além de teóricos contemporâneos das emoções políticas. O segundo capítulo analisa a trajetória de Getúlio Vargas, com ênfase no período do Estado Novo, examinando suas estratégias comunicacionais por meio do rádio e do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), e a construção de sua imagem como líder populista. O terceiro capítulo investiga a carreira política de Eduardo Paes, focando em suas quatro eleições vitoriosas para a prefeitura do Rio de Janeiro e suas estratégias de comunicação digital. Por fim, as considerações finais sintetizam os principais achados da pesquisa, demonstrando que a paixão política constitui força estruturante permanente da democracia brasileira.

A metodologia adotada neste trabalho baseia-se em uma abordagem qualitativa e interpretativa, sustentada pela análise documental e comparativa de discursos políticos e estratégias comunicacionais. O objetivo não é desenvolver um estudo historiográfico exaustivo sobre cada figura política nacional, mas compreender, em perspectiva analítica, como determinados líderes ao longo da história brasileira recorreram à dimensão afetiva como instrumento de legitimação e mobilização social.

Nesse sentido, a pesquisa privilegia casos emblemáticos — como Getúlio Vargas e Eduardo Paes — que ilustram, em diferentes períodos e contextos midiáticos, o uso do afeto como elemento estruturante da comunicação política e como força simbólica de aproximação entre o líder e o eleitorado. A proposta metodológica, portanto, orienta-se por um recorte analítico intencional, e não cronológico. O estudo seleciona figuras e episódios que exemplificam a presença da liderança afetiva na cultura política brasileira, sem pretensão de abarcar a totalidade dos personagens históricos que utilizaram tal recurso. Essa escolha visa garantir profundidade na análise discursiva e comunicacional, evitando dispersão temática e assegurando a coerência teórica entre os conceitos de dominação carismática, emoção política e performance midiática. A comparação entre contextos distintos — do rádio varguista às redes sociais digitais — busca demonstrar a permanência dos mecanismos de identificação emocional, mesmo diante da evolução tecnológica e da diversificação das mídias políticas contemporâneas.

2. ENTRE A RAZÃO E O CORAÇÃO: A RELAÇÃO DOS BRASILEIROS COM SEUS POLÍTICOS

Platão descreveu a paixão como um elemento que desvia a alma do caminho da razão e enfraquece a fortaleza moral do indivíduo, sendo considerada uma das mais graves doenças da alma (O QUE..., 2022). A paixão é um sentimento presente desde os primórdios, que pode ser encontrado tanto nas histórias antigas relatadas na Bíblia, a exemplo do caso do filho prestigiado do rei Davi, Amnom, que se perdeu em paixões por sua meia-irmã, Tamar; na clássica e arrebatadora paixão entre Romeu e Julieta, escrita por William Shakespeare; e até mesmo em casos de fãs capazes de matar movidos pelo sentimento, como ocorreu entre Chapman e Lennon. Esses exemplos mostram que a paixão, apesar de parecer simples e casual, pode se sobrepor à lucidez e à razão do indivíduo que a carrega.

No contexto histórico da política brasileira observa-se não só um, mas diversos casos de identificação, emoção e paixão do eleitorado para aqueles que personificaram lideranças carismáticas, capazes de despertar sentimentos não só de pertencimento e esperança, mas também de sentido de novo mundo, proporcionando visões utópicas e mobilizadoras em diferentes segmentos sociais.

No campo de estudos da área da Comunicação, este tipo de afeto é compreendido como elemento estruturante da relação entre líder e público, mediando o discurso político por meio de estratégias simbólicas e performáticas.

2.1 O Afeto como Força Política e Psicológica

Como mencionado, a paixão, além de ser um sentimento que atua tanto na psique do ser humano, quanto nos desejos da mente, funciona como fonte de energia simbólica e motor de ação política e social em diversos segmentos. Praticamente tudo que vive, em alguma medida, carrega a paixão como combustível essencial para sua existência e movimento nas mais diversas esferas. A paixão impulsiona a dedicação, e é o sentimento-chave para promover interações pessoais e sociais.

A autora Martha Nussbaum explora, em sua obra *Political Emotions: Why Love Matters for Justice*, como o amor e o afeto são fundamentais para a política, como evidencia no trecho “Todas as emoções básicas que sustentam uma sociedade decente são formas de, ou enraizadas no, amor” (NUSSBAUM, 2015). Esta perspectiva teórica é especialmente relevante no contexto brasileiro, onde a dimensão

emocional desempenha historicamente papel central na construção de lideranças. Ao longo da história do país, exemplos demonstraram que o vínculo afetivo entre líder e população constitui elemento fundamental para a legitimidade política. Essa espécie de “amor político” se manifesta por meio de discursos que apelam para identificação emocional e proximidade com o cotidiano do eleitorado (SANTANA, 2025), de forma capaz de criar laços que ultrapassam os limites da solução racional de interesses (DORNA, 2013). É neste cenário que figuras conhecidas nacionalmente, tanto antigas, quanto recentes, como Eduardo Paes, constroem suas trajetórias políticas.

No curso da evolução histórica, é possível traçar uma correlação que demonstra que onde há um líder, existem não apenas estratégias racionais para convencimento de seu público-alvo, mas mais que isso – há também uma forte conexão emocional com seus liderados. No âmbito político, o cenário não poderia ser diferente.

Neste sentido, a paixão como força política e motor de liderança está presente nos mais diversos exemplos da política mundial e nacional, o que demonstra que um líder carismático, atencioso e que aparente ser um bom ouvinte e orador convincente conquista não só um mandato, mas vários, muitas vezes conseguindo até mesmo esconder sua verdadeira personalidade para criar uma persona adaptável, que pode ser introduzida nos mais diversos contextos sociais, éticos e morais, conquistando desde o alto da pirâmide monetária do Brasil até as classes trabalhadoras, emergentes e marginalizadas do país.

Desta maneira, especificamente na trajetória política brasileira, é possível encontrar alguns exemplos de políticos que se tornaram consideravelmente relevantes por conta de seu governo marcado por seu carisma. Um dos maiores exemplos que é o caso de Getúlio Dornelles Vargas, ou simplesmente Getúlio Vargas, que, apesar de controvérsias, conseguiu usar as emoções do povo brasileiro a seu favor (SANTANA, 2025).

Getúlio Vargas, ao promover transformações substanciais na estrutura político-social brasileira por meio de políticas públicas que resultaram em melhorias significativas nas condições de vida da população, logrou consolidar um legado de admiração popular, mesmo após ter perpetrado o que foi considerado como um golpe de Estado em 1937, e outorgado uma Constituição autoritária que concentrava poderes a seu favor. É nesse sentido que Elizabeth Cancelli afirma que Getúlio foi

"uma das figuras públicas mais influentes do século XX, com uma incontestável liderança [...] Talvez por ter sido uma das figuras públicas mais influentes do século XX, Getúlio costumava deixar estarrecidos não só os liberais ou a população apaixonada e cega que o seguia nas manifestações massivas, mas o mundo exterior, que nos relatórios diplomáticos secretos expressava sua dificuldade de compreensão em relação à personalidade e à incontestável liderança do líder carismático" (CANCELLI, 1994, p.100)

Paradoxalmente, como reforça as ideias de Cancelli, apesar dessas ações antidemocráticas, o líder gaúcho conquistou o epíteto de "pai dos pobres", demonstrando a complexidade da relação entre carisma político, populismo e legitimação do poder no contexto brasileiro.

2.2. A Paixão na Política Brasileira: Caso Getúlio Vargas

Para entender o uso da paixão como força política na história brasileira, faz-se necessário entender também, quem foi Getúlio. Nascido em 1882 em São Borja, Rio Grande do Sul, região fronteira com a Argentina, Getúlio Dornelles Vargas era filho de Manuel do Nascimento Vargas e Cândida Dornelles Vargas. Criado em uma família com sólida tradição política local, era filho de um chefe castilhistas e proprietário de gado, e neto paterno de Evaristo José Vargas, que atuou como soldado voluntário da República de Piratini durante a Guerra dos Farrapos. Os ascendentes familiares de Getúlio demonstram que suas referências políticas foram precoces, sob as influências de seu pai e de seu avô. (CPDOC-FGV, 2025)

Assim, em 1899, Getúlio ingressou na carreira pública, mas não como político, e sim através do serviço militar no Sexto Batalhão de Infantaria em São Borja sendo que, com pouco tempo, já foi promovido a segundo-sargento. Em maio de 1900, matriculou-se na Escola Preparatória e de Tática de Rio Pardo, porém abandonou a instituição em maio de 1902, solidarizando-se com colegas que foram expulsos por questões disciplinares. Getúlio retornou às tropas, desta vez no 25º Batalhão de Infantaria, sediado em Porto Alegre (RS). Posteriormente, abandonou a carreira das armas e se matriculou em instituição de ensino com o propósito de completar o curso secundário para ingressar no curso de Direito. Contudo, em 1903, quando se preparava para deixar o Exército, o Brasil e a Bolívia entraram em conflito armado pela disputa territorial do Acre, o que fez com que Vargas permanecesse nas forças armadas (CPDOC -FGV, 2025).

Foi em dezembro de 1903 que Getúlio se despediu definitivamente da carreira militar e ingressou na Faculdade de Direito de Porto Alegre como aluno ouvinte, tornando-se aluno regular a partir de março de 1904.

Na Faculdade de Direito, Vargas aliou-se ao castilhismo – doutrina política que estabeleceu no Rio Grande do Sul um modelo constitucional autoritário, caracterizado pela prevalência do Poder Executivo sobre os demais poderes da República (PINTO, 2019). A associação com essa doutrina teve influência direta nos ideais políticos de Getúlio até o fim de sua vida, sendo este o passo inicial de sua participação na juventude republicana estudantil. Em sua trajetória acadêmica, ele demonstrou mais interesse pelos pensamentos de Herbert Spencer e Charles Darwin, do que por Auguste Comte, o que o fez balancear a visão positivista do castilhismo com uma percepção mais paternalista do Estado. Três anos depois, em 1906, foi escolhido como orador dos estudantes em homenagem prestada ao então presidente Afonso Pena, quando o mesmo visitou Porto Alegre, o que já demonstrava uma familiaridade com os palanques e posições de destaque. (CPDOC -FGV, 2025)

Foi assim que no ano seguinte, em 1907, ele iniciou sua atuação na política partidária republicana, integrando-se a um grupo de jovens que ficou conhecido como "geração de 1907". No mesmo ano, bacharelou-se em Ciências Jurídicas e Sociais, sendo novamente escolhido como orador de sua turma. Revelando precocemente suas aptidões políticas, Vargas iniciou formalmente sua trajetória como figura pública em 1909, quando foi eleito Deputado Estadual pelo Partido Republicano Rio-Grandense (PRR). Sua atuação foi vista como excelente, sendo notada por sua capacidade de liderança. Em 1913, Vargas foi reeleito, mas renunciou ao cargo por desavenças com o presidente estadual Borges de Medeiros. Alguns anos depois, em 1917, ele se reconciliou com o governador e elegeu-se novamente deputado estadual, tornando-se líder da maioria. Assim, Vargas retorna à Assembleia dos Representantes, sendo sucessivamente reeleito em 1919 e 1921, período que se fez líder do PRR na Assembleia. (CPDOC -FGV, 2025)

No decorrer do ano de 1923, Getúlio Vargas tornou-se foco no cenário político nacional, ao assumir uma cadeira na Câmara dos Deputados como deputado federal do PRR, substituindo o recém-falecido deputado Rafael Cabeda. Nos anos 1924 e 1926, assim como ocorreu em antigos cargos que ocupou, Getúlio é reeleito e passa a exercer a liderança da bancada gaúcha na Câmara dos Deputados.

No período de novembro de 1926, o então líder da bancada gaúcha foi eleito ministro da Fazenda por Washington Luís, permanecendo no cargo até dezembro de 1927, implementando políticas de estabilização financeira e reforma monetária, retornando ao padrão-ouro e criando então uma Caixa de Estabilização (CPDOC - FGV, 2025).

O ano de 1928 foi marcado por sua liderança à frente do estado do Rio Grande do Sul, dessa vez saindo do Poder Legislativo e assumindo o posto no Executivo em 25 de janeiro de 1928, com exercício do mandato até outubro de 1930. Ele concorreu à presidência em 1929 com apoio da Aliança Liberal (AL), mas as urnas deram a vitória a Júlio Prestes, ocasião em que os partidários da AL não aceitaram a derrota, alegando fraude. Na mesma época, o assassinato de João Pessoa precipitou uma luta armada que, por meio da Revolução de 1930, derrubou Washington Luís e levou Vargas, o chefe civil da rebelião, a tomar o poder Executivo em 3 de novembro de 1930, onde ficaria por 15 anos consecutivos (CPDOC -FGV, 2025).

Esse longo histórico político na trajetória de Getúlio foi apenas um esboço do que ele ainda viria construir na história da política nacional. Desde os primeiros momentos de sua gestão, após a tomada do poder pela rebelião, Vargas demonstrou uma estratégia deliberada de aproximação com as massas, mesmo antes da consolidação de uma estrutura formal de comunicação estatal. Sua primeira medida após essa tomada de poder foi a criação do Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio, ação que evidenciou sua intenção de estabelecer um vínculo direto com os trabalhadores e de reconhecer pautas que, posteriormente, seriam compreendidas como direitos fundamentais do cidadão.

Conforme explica a exposição “Hora do Brasil” do CPDOC-FGV, em 1931, ao reconhecer a comunicação como elemento estratégico de seu governo, Vargas instituiu o Departamento Oficial de Publicidade (DOP), órgão que representou uma iniciativa pioneira de controle da narrativa política e de fortalecimento da identificação popular com seu projeto de poder.

A comunicação, a partir desse momento, passou a ocupar papel central na consolidação de sua liderança e na manutenção da legitimidade do regime. Nesse contexto, conforme afirmam Adilson Tadeu Basquerote Silva e Eduardo Pimentel Menezes, no ensaio *“O Pai dos Pobres: Um Olhar Sobre a Ascensão do Populismo de Getúlio Vargas no Estado Novo”*,

Vargas, fazia questão de falar na “Hora do Brasil”, que além de notícias fazia os ouvintes apreciarem as músicas, discursos animadores e dicas para o cotidiano. Também incentivava a publicação de livros para os jovens e literatura de cordel. Assim, [...] o presidente utilizava as massas para legitimar a política de Estado, e se fazia como interlocutor da classe operária, dizendo quais eram as suas aspirações, enaltecendo o slogan da “Ordem e o Trabalho”. Sobre a ordem, dizia que era “condição única” para que houvesse uma dedicação ao trabalho, tão importante para a construção do país. (SILVA, MENEZES, 2019)

Foi nesse sentido que, segundo Silva (2020), a partir de 12 de setembro de 1936, o cenário radiofônico brasileiro se expandiu significativamente com a apresentação da Rádio Nacional, uma emissora, a princípio privada, que rapidamente conquistou grande audiência popular. Paralelamente, Vargas já dispunha desde 1935 da "Hora do Brasil", mencionado por Silva e Menezes (2019) no trecho acima, que era um programa oficial transmitido obrigatoriamente por todas as 42 emissoras de rádio do país, de forma a garantir que sua mensagem alcançasse diretamente a população (CPDOC-FGV, 2025).

Ainda segundo Silva (2020), neste período, a rádio se consolidou como instrumento fundamental na difusão da mensagem governamental, permitindo que indivíduos, independentemente do grau de escolaridade, tivessem acesso direto ao discurso presidencial.

A voz de Vargas ecoava por vilarejos, locais de trabalho e praças públicas, de forma a criar uma sensação de proximidade e familiaridade do povo com sua figura. Liberando o poder estratégico da radiodifusão, Vargas estatizou a Rádio Nacional, mudando-a para o status de rádio oficial do governo e principal emissora da América Latina (RÁDIO..., 2025; CPDOC-FGV, 2025). Com um elenco estrelado de artistas, músicos e equipamentos, a Rádio Nacional se tornou uma das cinco maiores emissoras do mundo. Essa estratégia comunicacional contribuiu decisivamente para fortalecer a imagem do líder como representante do povo e consolidar sua presença simbólica no imaginário coletivo brasileiro

Em 10 de novembro de 1937, Getúlio Vargas utilizou o chamado Plano Cohen, um documento forjado que apontava uma suposta ameaça comunista, como justificativa para instaurar o Estado Novo, regime de caráter ditatorial que resultou no fechamento do Congresso Nacional, na extinção dos partidos políticos e na suspensão das liberdades civis. Essa concentração de poder suprimiu qualquer forma de oposição institucional e criou as bases para o controle integral dos meios de comunicação e da circulação de informações. Dentro desse cenário, em 27 de

dezembro de 1939, foi criado o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), considerado o mais avançado aparato de comunicação estatal do período. Estruturado em cinco divisões, Radiodifusão, Imprensa, Cinema e Teatro, Turismo e Divulgação, o órgão era responsável por cerca de 60% dos conteúdos publicados em revistas e jornais do país, orientando o discurso público e consolidando a imagem de Vargas como o “pai dos pobres”. (SILVA, 2020). Neste sentido, como destaca Robert M. Levine na obra “Pai dos Pobres? O Brasil e a Era Vargas”,

“a propaganda despejada pelo DIP assegurava e reassegurava que Vargas lutava apaixonadamente pelos pobres. Ao dizer às classes trabalhadoras que elas eram o alicerce sobre o que se assentava seu movimento político, Vargas expandia sua popularidade. [...]” (LEVINE, 2001, p. 96)

Neste período, as políticas materiais reforçavam a narrativa afetiva. A Consolidação das Leis Trabalhistas, popularmente conhecida como CLT, foi promulgada em 1º de maio de 1943 e sistematizou direitos que transformaram profundamente as relações de trabalho no país: o salário mínimo nacional, instituído em 1940, a jornada de oito horas diárias, as férias remuneradas, o descanso semanal, a regulamentação do trabalho de mulheres e menores e a criação da Justiça do Trabalho em 1939 (GOMES, 2002).

A carteira profissional, criada em 1932, funcionou como uma “certidão de nascimento cívico”, convertendo trabalhadores antes informalizados em cidadãos reconhecidos. Essa narrativa foi acolhida pelas massas, como mostra o relato de Cornélio Cancino, que afirmou: “Getúlio foi quem libertou a gente do jugo da escravatura”, revelando como os direitos trabalhistas foram percebidos como libertação pessoal concedida por um líder benevolente (GOMES, 2002).

Em resumo, a tabela abaixo demonstra as estratégias que levaram Vargas a evoluir, ao longo da história de sua trajetória política, utilizando-se do afeto e do sentimentalismo para atingir as massas e fortalecer seu poder político.

TABELA 1 – CRONOLOGIA DA CONSTRUÇÃO DA LIDERANÇA AFETIVA DE GETÚLIO VARGAS (1930-1943)

Ordem	Ano	Elemento/Ação	Tipo
1º	1930	Criação do Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio (novembro)	Estrutura Política

2º	1931	Departamento Oficial de Publicidade (DOP)	Estrutura de Comunicação
3º	1931-1934	Primeiras leis trabalhistas (sindicalização, férias, etc.)	Políticas Concretas
4º	1934	Departamento de Propaganda e Difusão Cultural (DPDC) substitui DOP	Estrutura de Comunicação
5º	1935	Criação da "Hora do Brasil" (22 de julho)	Comunicação Direta
6º	1936	Fundação da Rádio Nacional	Infraestrutura de Comunicação
7º	1937	Golpe do Estado Novo (10 de novembro)	Estrutura Política
8º	1938	Departamento Nacional de Propaganda (DNP)	Estrutura de Comunicação
9º	1939	Criação do DIP - Departamento de Imprensa e Propaganda (27 de dezembro)	Estrutura de Comunicação Profissional
10º	1940	Primeiro discurso documentado de 1º de maio no Estádio Vasco da Gama	Comunicação Emocional Direta
11º	1940	Instituição do Salário Mínimo Nacional	Política Concreta + Comunicação Afetiva
12º	1940-1945	Consolidação da linguagem afetiva nos discursos de 1º de Maio	Comunicação Emocional
13º	1943	Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) - 1º de maio	Política Concreta + Simbolismo

Fonte: Elaboração própria com base em CPDOC-FGV (2025), Departamento... (2025), Levine (2001) e Gomes (2002).

O fim do período que ficou conhecido como “Era Vargas”, após longos anos de sua intensa carreira, ocorreu em 24 de agosto de 1954, quando, cercado por uma grave crise política e pela pressão de militares que exigiam sua renúncia, Vargas cumpriu a promessa feita ao povo: eleito pelo voto popular, só sairia morto do Palácio do Catete.

Por volta das oito horas da manhã, tirou a própria vida com um tiro no peito. Deixou uma carta-testamento endereçada ao povo brasileiro, documento que transformou sua morte em um ato político definitivo. Lida inicialmente por Osvaldo Aranha na Rádio Nacional, que, emocionado, não conseguiu concluir, a mensagem ecoou por todo o país: “Serenamente dou o primeiro passo no caminho da eternidade e saio da vida para entrar na História”. Sua frase mais simbólica selou o vínculo afetivo construído ao longo de décadas: “Nada mais vos posso dar, a não ser meu sangue” (VARGAS, 1954).

A notícia do suicídio provocou uma mobilização popular sem precedentes no Brasil. Milhares de pessoas foram às ruas em luto coletivo, chorando, acendendo velas e prestando homenagens. Escolas, comércios e repartições públicas encerraram suas atividades, enquanto o país se envolvia em comoção nacional. Aos gritos de “Mataram Getúlio! Mataram Getúlio!”, multidões ocuparam as ruas e praças do Rio de Janeiro, São Paulo, Porto Alegre, Belo Horizonte e capitais do Nordeste. Foram atacadas sedes de partidos de oposição, especialmente da União Democrática Nacional (UDN), incendiados exemplares dos jornais O Globo e Tribuna da Imprensa, e apedrejada a embaixada dos Estados Unidos. Carlos Lacerda, um de seus maiores opositores, precisou se refugiar na embaixada americana, fugindo em seguida de helicóptero para um cruzador militar (MORAES; MINELLA, 2016).

O suicídio de Vargas, somado à reação popular, interrompeu imediatamente o golpe militar que se articulava para depô-lo. A comoção coletiva transformou o líder de acusado à mártir, preservando o prestígio do trabalhismo e do Partido Trabalhista Brasileiro. Sua morte abriu caminho para a vitória de Juscelino Kubitschek e João Goulart nas eleições de 1955, derrotando a UDN que o opusera por anos.

O chamado “pai dos pobres” havia morrido, mas o vínculo afetivo construído ao longo de 24 anos, sustentado por uma comunicação cuidadosamente planejada, gestos simbólicos, discursos emocionais e políticas apresentadas como dádivas paternais, mostrou-se tão enraizado que ultrapassou sua própria existência. Vargas, fiel à promessa escrita em sua carta-testamento, saiu da vida para entrar na história,

tornando-se símbolo duradouro da mobilização das paixões políticas no Brasil (MORAES; MINELLA, 2016).

O caso de Getúlio Vargas vai além da história política nacional e revela mecanismos psicológicos profundos que sustentam a devoção a líderes carismáticos e a formação de vínculos emocionais coletivos. Sob a ótica psicanalítica freudiana, a identificação é “a mais antiga manifestação de uma ligação afetiva a outra pessoa” e constitui a base da vida social. Nas relações verticais entre massas e líderes, os indivíduos elegem uma mesma figura como ideal de si, estabelecendo com ela um laço não apenas racional, mas intensamente libidinal. Neste sentido, o líder ocupa simbolicamente o lugar do ideal do eu, ou do superego, tornando-se referência moral e modelo aspiracional (FREUD, 2011).

Quando Vargas se tornou o “pai dos pobres”, não assumiu apenas um papel político, mas ativou um imaginário ancestral ligado à autoridade patriarcal e à busca de proteção diante do desamparo. Mesmo em meio à modernidade, com sua pretensa racionalização das relações políticas, persiste essa dependência inconsciente, que mantém vivas as paixões coletivas e a necessidade de figuras que personifiquem segurança, amor e pertencimento.

Compreender a liderança afetiva de Getúlio Vargas implica reconhecer que a política jamais se desvinculou por completo do campo das paixões humanas.

De acordo com Cancelli (1994), essa relação simbólica entre líder e massas é sustentada por vínculos emocionais que conferem legitimidade ao poder e revelam o caráter afetivo da política. Vargas não criou esses mecanismos, mas soube, com uma sofisticação inédita no contexto brasileiro, ativá-los de forma sistemática por meio de estratégias de comunicação profissional, rituais políticos performáticos, linguagem emocional explícita e políticas materiais revestidas por uma narrativa afetiva. Seu legado expõe uma verdade incômoda: a política, mesmo em sociedades que se pretendem modernas e racionais, continua sendo um espaço em que afetos definem alianças, emoções moldam identidades e paixões frequentemente se sobrepõem aos argumentos, revelando o potencial de manipulação autoritária das vulnerabilidades coletivas.

Até no último documento elaborado pelo político, que é sua Carta-Testamento, datada de 24 de agosto de 1954, Getúlio Vargas mantém a postura de figura pública cuja linguagem é articulada para o povo. Assim, conforme o Arquivo Nacional da FGV (CPDOC-FGV, 2025), pode-se notar que ele escreve de maneira a evocar um grau de

sentimentalismo nas palavras. Em certo trecho, declara “[...] Lutei contra a espoliação do Brasil. Lutei contra a espoliação do povo”. Em outro momento que também ficou marcado na história nacional, o político afirma, “[...] Tenho dado a minha vida. Agora ofereço a minha morte. Nada mais vos posso dar a não ser meu sangue”.

Ainda, Getúlio trouxe mais referências carregadas de simbolismo, nas quais mistura sua vida pessoal com percepções políticas, através de frases que viraram símbolo do momento de seu falecimento, em que diz “Serenamente dou o primeiro passo no caminho da eternidade e saio da vida para entrar na História. [...] Deixo à sanha dos meus inimigos o legado da minha morte. Levo o pesar de não ter” (CÂMARA DOS DEPUTADOS, 1954).

A análise de sua trajetória, desde o início de sua vida política até o fim trágico que encerrou não só seu governo, mas também sua vida, demonstra que Getúlio Vargas, enquanto figura pública, é capaz de sintetizar a consolidação da política como espetáculo afetivo no Brasil. Por meio da apropriação dos meios de comunicação, sobretudo o rádio, Vargas transformou o discurso governamental em narrativa emocional de pertencimento e proteção. Essa construção simbólica ajudou a pavimentar, no Brasil, a relação entre Estado e povo mediada pelo afeto, fórmula que também seria replicada em diferentes contextos históricos, inclusive na política contemporânea.

3. A FIGURA DO LÍDER AFETUOSO E O USO DA PAIXÃO COMO TRAJETÓRIA NA POLÍTICA ATUAL: O CASO EDUARDO PAES

De acordo com Weber (1999, p. 141), o carisma representa uma forma específica de dominação fundada na confiança pessoal e na crença nas qualidades excepcionais do líder.

A sociologia weberiana fornece uma teoria instrumental essencial para compreender as especificidades da figura do líder político baseado em vínculos emocionais. Max Weber identifica três formas de ideais de dominação legítima: racional-legal, tradicional e carismática. A última forma é de extrema relevância para analisar Getúlio Vargas e Eduardo Paes. Segundo Weber:

No caso da dominação carismática obedece-se ao líder carismaticamente atualizado como tal em razão de confiança pessoal em revelação, heroísmo ou exemplaridade dentro do âmbito da crença nesse seu carisma (WEBER, 1999, p. 141).

No contexto brasileiro contemporâneo, tal estrutura persiste, reconfigurada pelas mediações digitais e pela profissionalização da comunicação política, como se observa na trajetória de Eduardo Paes. Essa confiança pessoal que sustenta o pilar principal da autoridade carismática não se embasa em leis ou tradições, mas sim em vínculos emocionais entre líderes e seguidores, uma estrutura que ao longo de séculos não perdeu o poder nem a eficácia. Getúlio Vargas consolidou essa linha sociológica através dos meios de comunicações existente na época, tornando-se, além de Presidente, uma referência presente no cotidiano dos brasileiros, com seus discursos e posicionamento performático.

Sete décadas depois, e após uma série de transformações grandiosas no mundo, observa-se que os mecanismos psicológicos permanecem os mesmos. A história de Eduardo Paes comprova que a dominação sentimental continua inalterada, apenas as formas se modernizaram.

As estratégias de mobilização afetiva desenvolvidas por Getúlio Vargas não desapareceram com o fim de seu governo; ao contrário, foram reinterpretadas por novos atores políticos, adaptando-se às linguagens e suportes da era digital. Paes representa de modo claro essa síntese contemporânea das estratégias Varguistas, agora adaptadas ao ecossistema digital. Sua trajetória demonstra que o político entende a influência do uso das paixões sobre os resultados eleitorais.

Como demonstrado por Giorgi e Alonso Jr. (2022), “não há política sem paixão”, pois “o logos da política é notadamente a-lógico”, respondendo “menos ao refinamento dos argumentos [...] e mais aos nossos impulsos não refreados”.

3.1 Vida de Eduardo Paes: do Rio de Janeiro para o mundo

Em 14 de novembro de 1969, na cidade do Rio de Janeiro, no bairro do Jardim Botânico, zona sul carioca nasceu Eduardo da Costa Paes. Filho de mãe professora e pai advogado, cresceu em um ambiente de classe média carioca em uma casa onde educação e diálogo político faziam parte do cotidiano familiar. Ainda em sua juventude, mudou-se com os pais para São Conrado, bairro situado na zona sul da cidade conhecida como “Cidade Maravilhosa”, onde completaria sua formação até imersão na universidade. Esse detalhe biográfico, aparentemente trivial, carrega peso simbólico: diferentemente de Vargas, nascido na elite agrária gaúcha da época, que carregava a tradição política ancestral, Eduardo Paes representa o político urbano contemporâneo brasileiro, formado fora do meio político, que precisou construir seu próprio caminho sem uma herança familiar direta de poder político.

Apesar de não ter origem em uma família com herança de poder político, Paes se graduou em Direito pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio), instituição tradicionalmente associada às elites intelectuais e econômicas cariocas. Posteriormente, especializou-se em Políticas Públicas e Governo pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), demonstrando desde cedo interesse pela gestão pública que caracterizaria toda a sua carreira. Embora bacharel em Direito, Paes nunca exerceu a advocacia de forma efetiva e tampouco possui registro na Ordem dos Advogados do Brasil (OAB). A política o capturou antes que qualquer outra profissão pudesse. Foi assim que, aos 23 anos, recém-formado, já estava mergulhado na gestão municipal, não nos tribunais (TRAJETÓRIA..., 2024). A trajetória de Eduardo Paes confirma a permanência de mecanismos de mobilização emocional na política brasileira. Apesar das transformações tecnológicas, observa-se que as estratégias de construção de vínculo afetivo com o eleitorado permanecem estruturais, mediadas agora por plataformas digitais e assessorias especializadas em comunicação algorítmica (CASTELLS, 2009; RECUERO, 2020).

Em 1993, Eduardo Paes deu início à sua trajetória política institucional ao ser nomeado subprefeito da Zona Oeste I do Rio de Janeiro, abrangendo os bairros da

Barra da Tijuca, Recreio dos Bandeirantes, Jacarepaguá e adjacências. O convite veio de César Maia, então prefeito em seu primeiro mandato (1993-1996), que se tornaria seu padrinho político e, paradoxalmente, alguém com quem romperia anos depois. Paes havia conhecido César Maia durante mobilizações para a criação do RioOrla, programa que reformaria as calçadas da orla carioca e criaria as primeiras ciclovias da cidade, ainda em 1990, no governo de Marcello Alencar. Naquele momento, ainda estudante universitário, o jovem Eduardo integrava o “Juventude Cesar Maia”, grupo de apoiadores de jovens que orbitavam em torno do político então em ascensão (PAES, 2024).

Como subprefeito aos 23 anos, Eduardo Paes recebeu a missão de impor ordem à expansão acelerada da Barra da Tijuca e Jacarepaguá, região em pleno crescimento imobiliário nos anos 1990 (SÁ CORRÊA, 2009). Sua função era disciplinar a ocupação do solo urbano, fiscalizar construções irregulares e mediar conflitos entre moradores de condomínios de classe alta e favelas que cresceram no entorno como o emblemático caso do condomínio Village da Floresta, cercado pela expansão da favela do Rio das Pedras sobre o lodo da lagoa de Jacarepaguá. Paes comparecia publicamente às assembleias de condomínios, "armado com uma caneta de pequeno calibre", como descreveu Sá Corrêa (2009) para a revista Piauí anos depois, verificando denúncias e mediando conflitos com presença física e diálogo direto. Esse padrão de proximidade, presença e diálogo seria marca registrada de toda sua carreira (CÉSAR, 2024).

O sucesso como gestor municipal aos vinte e poucos anos projetou politicamente Eduardo Paes para a eleição de 1996, quando se candidatou a vereador pelo Partido da Frente Liberal (PFL), partido ao qual havia se filiado em 1996 após breve passagem pelo Partido Verde (PV) entre 1994 e 1995 (CÉSAR, 2024). O resultado surpreendeu: com cerca de 82.418 votos (algumas fontes citam 83.418), tornou-se o vereador mais votado no Brasil naquele ano, não apenas no Rio de Janeiro. Aos 27 anos, Eduardo Paes havia provado que não sabia apenas gerenciar, mas também mobilizar afetivamente eleições em escala massiva. Aquele resultado expressivo não foi acidente, foi demonstração de capacidade de criar vínculos emocionais através de presença constante, comunicação direta e construção de imagem de jovem competente e acessível.

Sua trajetória nos anos seguintes revela estratégia padrão de acumulação de capital político através de cargas diversas. Em 1998, elegeu-se deputado federal com

117.164 votos, migrando do legislativo municipal para o federal. Durante o mandato, trocou de partido em 1999, filiando-se ao Partido Trabalhista Brasileiro (PTB), onde permaneceu até 2001, quando retornou ao PFL. Em 2001, foi nomeado Secretário Municipal do Meio Ambiente durante a nova gestão de César Maia (2001-2004), mas o relacionamento entre padrinho e afilhado político começou a ficar vulnerável um ano depois, quando em 2002, os dois romperam definitivamente. Ainda assim, Paes manteve trajetória ascendente: reelegeu-se deputado federal em 2002 com votação ainda maior, demonstrando que sua base eleitoral se consolidava e expandia.

Em novembro de 2003, nova mudança partidária: Eduardo Paes filiou-se ao Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), aproximando-se de espectro político diferente (TRAJETÓRIA, 2024). Mas seria no Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB) que encontraria a plataforma definitiva de lançamento para a prefeitura do Rio de Janeiro (CÉSAR, 2024). O convite para integrar o PMDB veio de Sérgio Cabral Filho, então governador do Estado do Rio de Janeiro (2007-2014), que viu em Paes o candidato ideal para disputar a prefeitura da capital: jovem, carismático, com trânsito entre diferentes classes sociais e experiência acumulada tanto no Legislativo quanto no Executivo. Em 2007, Paes foi nomeado Secretário Estadual de Turismo, Esporte e Lazer no governo Cabral, participando diretamente na organização dos Jogos Pan-Americanos e Parapan-Americanos realizados no Rio naquele ano experiência crucial que a preparação para gerenciar megaeventos futuros, incluindo a Copa do Mundo 2014 e as Olimpíadas 2016 (ALVES, 2024).

Quando finalmente foi lançado candidato à prefeitura do Rio de Janeiro em 2008 pelo PMDB, Eduardo Paes já acumulava quinze anos de carreira política institucional, passagem por cinco partidos diferentes (PV, PFL, PTB, PSDB, PMDB), experiência como subprefeito, vereador recordista, deputado federal e secretário municipal e estadual. Não era mais o jovem de 23 anos que César Maia havia apadrinhado (SÁ CORRÊA, 2009). Era político maduro, com rede extensa de aliados, domínio técnico da gestão pública e, crucialmente, habilidade comprovada de mobilizar afetivamente participantes através de presença constante, comunicação próxima e construção deliberada de uma persona política que combinava competência técnica com simpatia acessível, o "malandro carioca" que transitava com igual desenvoltura entre condomínios da Barra e favelas de Jacarepaguá, entre plenários da Câmara e assembleias de moradores, entre autoridades e cidadãos comuns (CÉSAR, 2024; ALVES, 2024).

Eduardo Paes havia aprendido, conscientemente ou não, uma lição que Getúlio Vargas já havia aprendido décadas antes: na política brasileira, competência técnica não basta. É preciso mobilizar afetos, construir proximidade, ativar identificação emocional. E ele estava prestes a fazer uma demonstração, em escala municipal, como isso poderia ser feito na era das redes sociais digitais.

Eduardo Paes assumiu a prefeitura do Rio de Janeiro em 1º de janeiro de 2009, aos 39 anos, derrotando Fernando Gabeira (PV) no segundo turno com 50,83% dos votos. Desde o início, foi desenvolvida estratégia comunicacional dupla: apresentar-se como gestor técnico eficiente voltado à preparação da cidade para megaeventos (Copa do Mundo 2014 e Olimpíadas 2016), enquanto construía simultaneamente imagem de política próxima e acessível através de presença constante em inaugurações, eventos comunitários e primeiras incursões. A presença de Eduardo Paes nas redes sociais exemplifica a transposição do carisma tradicional para o ambiente digital, onde a afetividade é mediada por algoritmos e interações performáticas (RECUERO, 2020). O humor, a informalidade e o contato direto com seguidores reforçaram a percepção de proximidade, transformando o discurso político em experiência emocional compartilhada. Seu primeiro mandato foi marcado por reformas profundas na estrutura municipal, especialmente na educação, onde implementou política de metas e bonificação por desempenho inspirada na reforma gerencial de Fernando Henrique Cardoso. Essas medidas, embora técnicas controversas, foram comunicadas como um "choque de gestão" necessário para modernizar a cidade para que recebesse atenção global, narrativa que ativava o orgulho carioca e convertia políticas austeras em mobilização afetiva positiva.

As obras de infraestrutura comunicadas por Paes durante o primeiro mandato incluíram o Bus Rapid Transit (BRT), sistema que reduziu em até 50% o tempo de deslocamento entre Barra da Tijuca e Santa Cruz, o Porto Maravilha, projeto de revitalização de cinco milhões de metros quadrados na região portuária que resgatou o Cais do Valongo como patrimônio histórico, além da construção de 66 Clínicas da Família, 70 Espaços de Desenvolvimento Infantil (EDIs) e a desativação do Lixo de Gramacho (OLIVEIRA, 2015). Essas intervenções realizadas sob a gestão de Paes foram amplamente divulgadas ao público: 83,8% das inserções de TV durante a campanha de reeleição em 2012 referiram-se a projetos e melhorias inovações,

transformando políticas públicas em narrativa de realizações pessoais do então Prefeito (OLIVEIRA, 2015).

A estratégia comunicacional de Paes durante o primeiro mandato centrou-se na associação sistemática de sua imagem a um “bom governo” (OLIVEIRA, 2015, p. 102). Com 16 minutos diários e 17 segundos de propaganda eleitoral gratuita em 2012, tempo superior à soma de todos os adversários, Paes optou por não atacar oponentes, preferindo apresentar-se como “candidato favorito” e “única opção de continuidade” de gestão bem avaliada (OLIVEIRA, 2015, p. 106). Essa comunicação massiva, focada em mostrar realizações ao invés de debatedor de propostas, ativou mecanismo psicológico de “voto retrospectivo”: foram comparados o desempenho passado do gestor com promessas incertas de adversários, o que, no fim, levou o povo a optar pela continuidade com Paes (OLIVEIRA, 2015, p. 117).

O resultado das eleições de 2012 comprovou eficácia da mobilização afetiva construída no primeiro mandato: Eduardo Paes venceu no primeiro turno com 2 097 733 votos, correspondendo a 64,6% dos votos válidos votação mais expressiva da história recente das eleições municipais do Rio de Janeiro (OLIVEIRA, 2015, p. 98). Não houve surpresas nas pesquisas de opinião: Paes liderou todas as sondagens desde o início da campanha, confirmando que vínculos emocionais propostos através da comunicação profissional, presença constante em inaugurações e narrativa de “gestor eficiente” tinham consolidação de identidade afetiva tensão com eleitorado carioca (OLIVEIRA, 2015). Essa estratégia não se limita à comunicação racional de entregas, mas mobiliza paixões políticas: gratidão emocional por obras concretas, orgulho carioca pelo protagonismo da cidade e identificação pessoal com líder presente e acessível.

O segundo mandato (2013-2016) consolidou Eduardo Paes como figura de projeção internacional através da gestão de megaeventos que transformaram temporariamente o município do Rio de Janeiro em centro global de atenções. A cidade sediou a Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável (Rio+20) em 2012, a Copa do Mundo FIFA em 2014 e, em especial, os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016, sendo esta a primeira vez que o evento ocorreu na América do Sul. Paes era citado em notícias internacionais, recebia chefes de Estado, participava de coberturas midiáticas globais, acumulando capital simbólico que ultrapassava sua gestão como prefeito municipal. Nesse período, inclusive, presidiu o C40 Cities Climate Leadership Group (2013-2016), rede que reúne prefeitos

das maiores metrópoles do mundo para discutir a sustentabilidade urbana, sucedendo Michael Bloomberg e antecedendo Anne Hidalgo. A narrativa comunicacional priorizou sistematicamente "legado olímpico" e "Rio na vitrine do mundo", mobilizando orgulho carioca coletivo em torno da cidade como protagonista global, obscurecendo parcialmente problemas cotidianos acumulados.

Simultaneamente, porém, o segundo mandato enfrentava crises estruturais que a comunicação profissionalizada tentava minimizar: alagamentos recorrentes em temporadas de chuvas expunham fragilidades na condução urbana, serviços de saúde e educação deterioravam-se, denúncias de superfaturamento em obras olímpicas circulavam na imprensa e investigações sobre corrupção atingiam seu principal aliado político, o governador Sérgio Cabral, posteriormente condenado e preso. Críticos apontaram remoções forçadas de comunidades para construção de instalações olímpicas, como o caso emblemático da Vila Autódromo, onde moradores resistiram a deixar suas casas próximas ao Parque Olímpico. Estudos acadêmicos classificaram o processo como "Rio 2016: os Jogos da Exclusão", revelando transparência de direitos humanos no contexto dos megaeventos. Contudo, a comunicação oficial mantinha foco na dimensão emocional positiva: imagens de atletas brasileiros conquistando medalhas, turistas admirando paisagens cariocas, infraestrutura moderna sendo inaugurada. Impedido constitucionalmente de concorrer ao terceiro mandato consecutivo, Paes deixou a prefeitura em dezembro de 2016 após apoio eleitoral a Marcelo Crivella (PRB), bispo evangélico que venceu disputando a continuidade administrativa. Nos quatro anos seguintes (2017-2020), Eduardo Paes atuou profissionalmente como consultor do Banco Interamericano de Desenvolvimento em Washington (2017) e presidente para a América Latina da BYD, fabricante de veículos elétricos (2018), mas manteve presença ativa e estratégica nas redes sociais. Criticava sistematicamente a gestão de Crivella por meio de postagens no Twitter/X, apontando retrocessos, problemas acumulados, desvios de serviços públicos e omissões governamentais, construindo gradualmente uma narrativa de que "era melhor quando Paes estava lá". Essa ausência estratégica funcionou como técnica psicológica sofisticada: ao deixar o sucessor fracassar enquanto publicamente comentava criticamente à distância, Paes alimentava o sentimento de saudade no povo, traduzindo-se em um desejo coletivo de retorno, sensação urgente de que a cidade necessariamente fosse "salva" novamente por ele.

Quando anunciou a candidatura em 2020, as pesquisas de opinião já mostravam liderança significativa desde o início da corrida eleitoral: Paes aparecia com mais de 50% das intenções de voto (G1, 2020; BRASIL DE FATO, 2020). A campanha centrou-se em ataques diretos à gestão vigente do então prefeito, Marcelo Crivella: Paes a chamou de "pior governo da história", "mais omissivo", "mais despreparado", "mais preconceituoso", prometendo que "o Rio vai voltar a dar certo" (EL PAÍS BRASIL, 2020). Essa estratégia não dependia de convencer pesquisas sobre suas próprias qualidades técnicas, visto que elas já foram consolidadas no imaginário coletivo através de oito anos anteriores, mas sim de canalizar a frustração acumulada em quatro anos da gestão de Crivella para mobilização afetiva em torno de seu possível retorno salvador. No segundo turno, venceu com 64,41% dos votos válidos, marca histórica que confirmou a eficácia da mobilização emocional fundada não apenas em propostas, mas em vínculos afetivos preservados durante ausência estratégica (AGÊNCIA BRASIL, 2020). Paes havia aprendido lição fundamental: na política afetiva contemporânea, às vezes é necessário ausentar-se para que a população sinta falta e deseje apaixonadamente o retorno.

Eduardo Paes retornou à prefeitura em 1º de janeiro de 2021 não mais como promessa ou gestor em construção, mas como líder político consolidado que havia acumulado capital simbólico em oito anos anteriores e fabricado saudade estratégica durante quatro anos de ausência (G1, 2021; AGÊNCIA BRASIL, 2021). O terceiro mandato iniciou em contexto adverso: pandemia de COVID-19 devastando economicamente a cidade, estando o sistema de saúde municipal colapsado após gestão Crivella, desconfiança generalizada nas instituições políticas e polarização extrema nacional entre os movimentos políticos conhecidos popularmente como bolsonarismo e antipetismo (CÂMARA MUNICIPAL DO RIO, 2021). Neste momento, Paes adotou postura técnica na gestão sanitária, visando respeitar rigorosamente protocolos científicos, além de criar um Comitê Científico para orientar decisões e vacinar população rapidamente aplicando 12,5 milhões de doses em 11 meses. Como reforço a essa política, implementou a necessidade de fornecimento de comprovante vacinal para acesso a locais públicos e chegou a 93% de imunização da população carioca acima de 12 anos até dezembro de 2021. Durante esse tempo, não deixou de revestir ações técnicas com comunicação emocional estratégica: apresentou-se como protetor paternal que cuidava dos cariocas contra ameaças externas (vírus, negacionismo federal), ativando mecanismo psicológico de gratidão e dependência

afetiva que Vargas havia operacionalizado décadas antes através da proteção trabalhista.

Simultaneamente, profissionalizou radicalmente sua comunicação digital. A Prefeitura do Rio foi premiada com o Prêmio Social Media Gov 2025 como melhor comunicação pública em redes sociais do Brasil, reconhecimento que evidenciava investimento estratégico em assessoria especializada de comunicação digital. Paes contratou equipe de estrategistas digitais, investiu em *big data* para segmentação algorítmica de públicos, testou mensagens por meio de testes A/B e monitorou engajamento em tempo real, ajustando a comunicação conforme a resposta emocional dos seguidores. Cada postagem no Instagram (rede social em que possui mais de 1,5 milhão de seguidores), cada *tweet* no X (antigo Twitter), cada publicação era calculada para criar, manter ou amplificar vínculos emocionais com diferentes segmentos do eleitorado carioca. Não se tratava de comunicação transmitida, mas de gestão profissional de afetos coletivos por meio de plataformas digitais versão contemporânea do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) de Vargas, apenas gerando censura estatal por algoritmos de engajamento.

Em 2024, concorreu à reeleição enfrentando Alexandre Ramagem (PL), ex-diretor da Agência Brasileira de Inteligência (Abin) e aliado próximo de Jair Bolsonaro, no que os analistas previram ser uma disputa complexa, dado que o Rio de Janeiro era considerado "berço do bolsonarismo". Paes, porém, operou estratégia de despolarização afetiva sofisticada: recebeu apoio oficial do presidente Lula e de toda esquerda institucional (PT, PSOL, PCdoB), mas estrategicamente "escondeu" Lula durante a campanha, evitando que a polarização nacional contaminasse a disputa municipal. Simultaneamente, dialogou com empresários, evangélicos e setores conservadores, construindo uma coalizão transversal fundada não em ideologia, mas em vínculos emocionais diversos: gratidão pela gestão competente passada, confiança na capacidade administrativa, identificação com pessoa do "gestor eficiente e próximo". Venceu no primeiro turno com 1 861 856 de votos, correspondendo a 60,47% dos votos válidos, enquanto Ramagem obteve apenas 30,81%. Os analistas observaram que a vitória não se deveu a Lula (que evitou exportar), mas à consolidação de liderança afetiva própria capaz de atravessar polarizações ideológicas através da mobilização emocional transversal.

Com esse resultado, Eduardo Paes tornou-se o Prefeito mais longo da história do Rio de Janeiro, superando seu ex-padrinho político César Maia: em janeiro

de 2025, alcançou 4.384 dias no cargo, permanecendo até 2029 se completar o mandato. Sua trajetória revela verdade fundamental sobre a política brasileira contemporânea: competência técnica é necessária, mas insuficiente; é preciso mobilizar paixões coletivas, construir vínculos afetivos duradouros, atrair identificação emocional que transcenda a racionalidade política. Paes domina essa arte com sofisticação que ecoa, guardadas proporções tecnológicas, aquilo que Getúlio Vargas operacionalizou entre 1930 e 1954. A diferença reside nas ferramentas do rádio às redes sociais, do DIP às assessorias digitais premiadas, dos discursos anuais às postagens diárias, mas a essência permanece inalterada: política como gestão estratégica de afetos, liderança como construção profissional de vínculos emocionais, votos como manifestação de paixões mobilizadas, não apenas argumentos racionais avaliados.

O envolvimento de Eduardo Paes com o mundo digital não é algo espontâneo, mas, sim completamente profissional com uma gestão profissional sofisticada que transforma cada interação online em oportunidade de construção de vínculos afetivos com seu público. Na rede social Instagram regida pelo grupo Meta o atual prefeito do rio de janeiro acumula números de uma verdadeira celebridade com mais de 1,5 milhão de seguidores, Paes construiu deliberadamente a imagem de um carioca da gema ou “malandro carioca” deixando claro que quem tem esperteza, jogo de cintura, capacidade de transitar entre mundos sociais distintos e simpatia está apto a desarmar adversários.

Essa personalidade não é acidental, e sim estrategicamente construída e cultivada por grandes equipes de assessoria, criando uma imagem de pessoa recíproca ao público. O uso de humor, falas ácidas que agradam bolhas de redes sociais, referências cariocas com o som das palavras, e o compartilhamento de momentos pessoais em campanhas criam a ilusão de proximidade de íntimo ao público.

Uma breve análise de conteúdo de suas redes sociais revela padrões calculados: mix equilibrado entre contribuições institucionais (obras, políticas públicas), entretenimento (memes, vídeos humorísticos) e vida pessoal (família, futebol, lazer), estratégia que replica exatamente aquilo que Vargas faz na "Hora do Brasil", combinando as notícias governamentais com músicas e dicas cotidianas.

A profissionalização dessa comunicação evidencia-se nos prêmios conquistados pela Prefeitura do Rio no Social Media Week como melhor gestão de

redes sociais em comunicação pública do Brasil, reconhecimento que comprova investimento estratégico em equipe especializada de comunicadores digitais, designers, estrategistas de conteúdo e analistas de dados. Evidenciando que sua comunicação não é obra de um gestor carismático isolado, mas de estrutura técnica robusta capaz de gerenciar algoritmicamente afetos coletivos. Essa é a Essa estrutura comunicacional pode ser compreendida como uma versão contemporânea do Departamento de Imprensa e Propaganda de Vargas não pela censura estatal, mas pela centralização da narrativa e pela gestão técnica das emoções públicas, agora mediadas por algoritmos de engajamento. de Vargas Paes alcança milhões através de segmentação algorítmica, teste A/B de mensagens, monitoramento de engajamento em tempo real e curada estratégica de conteúdo. As ferramentas mudaram do rádio obrigatório aos algoritmos voluntários do Instagram e X/Twitter, mas a essência permanece inalterada: comunicação profissional estruturada para mobilizar paixões políticas, criar vínculos emocionais externos e transformar a gestão pública em narrativa afetiva personalizada. Eduardo Paes demonstra, em contexto democrático digital, que a mobilização de afetos continua sendo força motriz

3.2. O comportamento do líder afetuoso

Uma análise comparativa entre Getúlio Vargas e Eduardo Paes revela padrões estruturais que atravessam grandes contextos históricos, demonstrando que "líderes que constroem vínculos afetivos duradouros. Conforme argumenta Nussbaum (2013, p. 2-3), todos os princípios políticos orientações de suporte emocional para garantir estabilidade ao longo do tempo, os governos sustentáveis fundamentam-se não apenas em instituições racionais legais, mas em emoções coletivas que criam identificação, pertencimento e disposição para defender projetos políticos

O denominado líder afetuoso, categoria que abrange tanto Vargas, quanto Paes, compreende intuitivamente ou estrategicamente essa verdade e estrutura de comunicação, desempenho público e políticas matérias de modo que mobilizar paixões coletivas, dando a diferença de líderes tecnocráticos que apresentam argumentos extremamente racionais embasados na lógica, ou autoritários que impõem obediência através de falas e posicionamentos violentos.

Sob perspectiva psicanalítica freudiana, a identificação constitui "a manifestação mais antiga de uma ligação afetiva a outra pessoa" e forma base da vida

social (FREUD, 2011, p. 60). Nas relações verticais entre massas e líderes carismáticos, os indivíduos elegem a mesma figura como ideal de eu, estabelecendo com seu laço não apenas racional mas intensamente libidinal (FREUD, 2011, p. 61-63). O líder ocupa simbolicamente o lugar do ideal do eu ou do superego, tornando-se referência moral e modelo aspiracional que orienta comportamentos coletivos (MORAES; MINELLA, 2016, p. 52).

Quando Getúlio Vargas tornou-se memoravelmente "pai dos pobres" (LEVINE, 2001, p. 45-67) não assumiu apenas o compromisso e o papel político administrativo, mas adentrou e cativou o imaginário ancestral ligado à autoridade patriarcal e a à busca de proteção diante do desemprego existencial do povo brasileiro. Esse arquétipo paterno autoritário construía uma relação vertical onde os trabalhadores se posicionavam como filhos necessitando de proteção e figura paterna distante, mas benevolente.

Rituais performáticos específicos que representam um terceiro elemento comum, ligando Vargas e Paes ao longo do tempo. Vargas comparou anualmente aos discursos de 1º de Maio no Estádio de São Januário do Vasco da Gama, transformando data trabalhista em cerimônia afetiva onde anunciou direitos, como salário mínimo, férias remuneradas, e a Consolidação das Leis do Trabalho, revestidos por uma narrativa de dívida paternal, e não de conquista sindical ou obrigação legal (CPDOC-FGV, 2025; GETÚLIO, 2024). A fórmula "Trabalhadores do Brasil!" inaugurava todos os discursos, criando sensação de interpelação direta, reconhecimento nominal de massas antes de invisibilizados que agora ouviam o presidente dirigir-se especificamente a elas (LEVINE, 2001, p. 78-82). Aplausos, choros, gritos de "Getúlio! Getúlio!" pontuavam falas, evidenciando que não se tratava de transmissão burocrática de informações administrativas, mas de comunicação emocional coletiva entre líderes e seguidores onde vínculos afetivos eram vistos publicamente (GETÚLIO, 1951).

Paes replica essa estrutura através de inaugurações semanais de equipamentos públicos: comparece pessoalmente mesmo a entregas pequenas (creches, postos de saúde, reformas públicas), tira selfies com moradores que se popularizam instantaneamente em redes sociais, usa linguagem corporal descontraída abraços largos, gestos expansivos que fotógrafos capturam e transformam em conteúdo reconquistável, e apresenta obras não como obrigação administrativa rotineiras, e sim como conquistas pessoais dignas de celebração

coletiva, com discursos que remetem sempre ao “eu” como autor dos feitos (OLIVEIRA, 2015, p. 110). Tais rituais contemporâneos não informam apenas; se tornam palco para demonstração dos vínculos afetivos, transformam administração pública em teatro emocional, onde a população se sente reconhecida, valorizada, amada pelo líder, semelhante à função emocional dos discursos varguistas de 1º de Maio, com a diferença de serem multiplicadas midiaticamente através de redes sociais interconectadas que amplificam cada realização para milhões de seguidores digitais ativos.

Esses resultados eleitorais comprovam eficácia da mobilização afetiva em contextos históricos radicalmente distintos. Vargas apresentou quinze anos consecutivos no poder autoritário (1930-1945), retornou eleito democraticamente (1951-1954) com votação expressiva e provocada popular sem precedentes ao suicidar-se: milhares nas ruas chorando como se andavam perdidos pai verdadeiro, violência contra jornais opositores acusados de assassinato simbólico, paralisia nacional por dias evidenciando que vínculos afetivos construídos transcendiam a morte física do líder (CANCELLI, 1994), (LEVINE, 2001), (SILVA; MENEZES, 2022).

Mesmo mortos, paixões mobilizadas foram suficientemente fortes para preservar o trabalhismo como força política dominante por décadas, elegendo sucessores (Juscelino Kubitschek, João Goulart) e mantendo o PTB como partido relevante até o golpe militar de 1964 (LEVINE, 2001, p. 195-210).

Eduardo Paes, operando setenta anos depois em contexto democrático competitivo, demonstra que os mesmos mecanismos afetivos continuam determinando resultados eleitorais. Conquistou evolução à de Vargas, quatro mandatos como prefeito (2009-2016, 2021-2028), vencendo três eleições em primeiro turno com votações históricas que demonstram declarações progressivas de vínculos emocionais 64,6% em 2012, 64,07% em 2020 e 60,47% em 2024 (OLIVEIRA, 2015, p. 98; EDUARDO, 2024). Mais do que percentuais significativos, é a transversalidade ideológica que Paes alcança, superando polarizações inclusivas que Vargas não logrou: derrotar adversários politicamente diversos, como Fernando Gabeira da esquerda ecológica em 2008 (OBSERVATÓRIO DAS METRÓPOLES, 2008), Marcelo Crivella do conservadorismo evangélico em 2020, Alexandre Ramagem do bolsonarismo em 2024, e conquistando simultaneamente concorrentes de esquerda que apoiam Lula, empresários liberais, evangélicos, conservadores progressistas

significativos, moradores de zonas privilegiadas economicamente na cidade, e ao mesmo tempo, comunidades de favelas marginalizadas.

Essa capacidade de mobilizar afetivamente públicos ideologicamente antagônicos, reproduzindo em democracia digital o que Vargas conseguiu em autoritarismo analógico, só é explicável através de paixões políticas que transcendem a racionalidade programática. Eleitores votam em Paes não porque concordam racionalmente com todas suas propostas, mas porque há um sentimento de gratidão emocional por obras entregues, identificação pessoal com a *persona* do malandro carioca competente, e confiança afetiva em gestor que "entende" e "cuida" da cidade (OLIVEIRA, 2015, pág. 110-117). Assim como os trabalhadores choram por Vargas mesmo sem concordar com todas as suas políticas, os cariocas elegem Paes repetidamente mesmo discordando de decisões específicas prova cabal de que liderança afetiva transcende avaliação racional de desempenho administrativo.

A análise comparativa demonstra que a liderança afetiva não é um histórico passado, mas o padrão estrutural permanente da política brasileira que se adapta a contextos diferentes, mantendo sua essência inalterada (FREUD, 2011, p. 60-75; NUSSBAUM, 2013, p. 2-15). Vargas e Paes separados pelo tempo e regimes completamente diferentes, ativam os mesmos mecanismos psicológicos em seus posicionamentos como líderes aonde a população se sente amada pelo líder. A paixão permanece como força política primária que coexiste com, e muitas vezes supera, a argumentação racional na determinação de comportamentos eleitor. Eduardo Paes desenvolveu deliberadamente um *ethos* de "líder afetuoso" no ambiente digital, utilizando estratégias comunicacionais que atualizam tecnologicamente mecanismos usados na era varguista de mobilização afetiva para era dos novos canais de comunicação. Recuero (2009, p. 105) demonstra empiricamente que as redes sociais na internet são específicas "estruturas dinâmicas e complexas" onde se acumula capital social através de interações que geram visibilidade, confiança e autoridade simbólica. Paes utiliza sistematicamente esse capital social: com audiência superior a 1,4 milhão de seguidores no Instagram, transformação administração pública em performance midiática contínua onde equipamentos estabelecidos, selfies compartilhadas, e resposta bem humorada constrói elementos incremental de construção paciente de vínculos afetivos digitalmente.

No *storytelling* de Paes, humor e narrativa funcionam como técnicas centrais de persuasão emocional, que ativam políticas movedoras de paixões sem exigências de

adesão racionais. Quando posta memes, responde ironicamente oponentes ou pessoaliza obras como épicos de superação ("Eu fiz", "Eu entreguei"), Paes mobiliza aquilo que Jenkins (2009, p. 189) identifica como cultura participativa, onde "a convergência ocorre dentro dos cérebros dos consumidores individuais e em suas interações sociais", transformando seguidores em propagadores voluntários. Debord (1997, p. 13) já alertava que "tudo o que era vivido diretamente tornou-se representação": as inaugurações de Paes confirmam esse diagnóstico, convertendo atos administrativos em espetáculos cuidadosamente encenados, transmitidos ao vivo e distribuídos em redes sociais de maneira orgânica, onde governar é produzir uma imagem de governança competente e afetivamente próxima. Essa estratégia comunicacional mantém continuidade simbólica estrutural profunda com o varguismo afetivo, agora tecnologicamente transposta ao ecossistema digital: assim como Vargas empregou rádio obrigatório, discursos presenciais ritualísticos e DIP para mobilizar paixões coletivas em regime autoritário, Paes utiliza Instagram, Twitter e inaugurações transmitidas ao vivo para mobilizar paixões análogas em democracia competitiva. a política brasileira fundamenta-se primordialmente na gestão profissional de afetos coletivos por meio da mobilização calculada de vínculos emocionais entre liderança carismática e de massas (NUSSBAUM, 2013, p. 2-15; FREUD, 2011, p. 60-75) Como observa Castells (2015, p. 12), as emoções são o motor da ação política, e o espaço digital tornou-se o principal palco onde elas são produzidas, compartilhadas e transformadas em mobilização coletiva.

4. DEMOCRACIA DIGITAL E OS RISCOS DA MOBILIZAÇÃO AFETIVA

A demonstração empírica de que política brasileira se fundamenta estruturalmente em mobilização afetiva profissional, perpetuando mecanismos varguistas através de plataformas digitais contemporâneas, logo impõe uma reflexão ética sobre limites democráticos da gestão de paixões coletivas. Se a paixão política se mostra como uma força estruturalmente permanente e irreduzível da democracia contemporânea conforme mostrado o comparativo entre Vargas e Paes, é importante interrogar: onde reside a linha que divide mobilização afetiva legítima e manipulação emocional que coroe a autonomia crítica do cidadão vulnerável. Vargas operacionalizou paixões políticas mediante censura prévia, propaganda obrigatória via rádio estatal e controle absoluto da informação através do Departamento de Imprensa e Propaganda, mecanismos reconhecidamente antidemocráticos (DEPARTAMENTO, 2025). Paes, contrastivamente, operacionaliza paixões mediante algoritmos de *machine learning*, *big data* psicográfico e segmentação que identificam vulnerabilidades específicas e ativam mensagens personalizadas explorando fragilidades emocionais de cada grupo demográfico. Han (2022, p. 15) argumenta que sociedades digitais contemporâneas operam mediante "violência psíquica" invisibilizada que explora auto exploração voluntária dos indivíduos. Nessa lógica, personalização algorítmica não constituiria superação democrática da censura varguista, mas sofisticação mais perigosa de instrumentalização que corrói autonomia sem coerção juridicamente visível (PROPAGANDA, 2024, p. 1-15).

Sunstein (2017, p. 67-89) demonstra que algoritmos amplificam polarização mediante "câmaras de eco" que isolam usuários em ecossistemas onde encontram exclusivamente opiniões confirmando predisposições, intensificando hostilidade e minando diálogo democrático (POR QUE INFOCRACIA, 2025). Plataformas amplificam posts emocionalmente carregados porque geram mais engajamento, subsidiando modelo de negócio baseado em comercialização de atenção. Habermas (1984, p. 25-42) postulou que democracia exige "ação comunicativa" fundada em razão dialógica; polarização algorítmica substitui deliberação racional por combate emocional entre tribos que pretendem destruir adversários simbolicamente (REGULAÇÃO, 2025).

O incitamento contemporâneo não consiste em eliminar as paixões da política projeto impossível e indesejável, mas estabelecer limites éticos que preservem

autonomia crítica enquanto regulam legitimidade de mobilização transparente. Compreender que política é constitutivamente paixão não significa render-se à manipulação, mas reconhecer verdade antropológica que racionalismo tentou negar (NUSSBAUM, 2013, p. 1-20; HAN, 2022, p. 89-104). Vargas e Paes demonstraram que quem domina mobilização de afetos vence eleições, mas essa constatação não resolve dilema ético: como garantir que liderança afetiva não degenera em manipulação autoritária?

5. CONCLUSÃO

Ao longo deste trabalho, procurou-se entender, através de uma análise da história política brasileira, tanto em abrangência nacional, quanto local, os efeitos que o sentimentalismo pode propositalmente causar no eleitorado diante da figura de um líder carismático. O que chamamos de sentimentalismo, aqui, refere-se a uma quase “fórmula”, repetida diversas vezes por diferentes agentes, que se utilizam de uma espécie de aproximação afetiva para ganhar a confiança e o apoio do povo de forma geral.

Apesar de estarem separados por décadas de história e inseridos em diferentes contextos, observa-se que grandes líderes políticos considerados marcantes, assim se tornaram utilizando o carisma, a empatia e a comunicação direta como artifícios para mobilizar multidões, consolidar projetos coletivos e transformar realidades sociais. Dois exemplos significativos da história brasileira são Getúlio Vargas e Eduardo Paes, agentes que souberam utilizar a aproximação afetiva como uma estratégia central de sua carreira política, de forma a transformar até políticas públicas decorrentes do cargo ocupado em vitórias pessoais de si próprios. Mesmo inseridos em contextos sociais distintos e separados por algumas décadas, ambos revelam como, mais do que uma simples gestão técnica, o sucesso político e a longevidade eleitoral dependem, em grande parte, da construção ativa de laços emocionais e carismáticos com a sociedade.

Vargas, por exemplo, logrou consolidar o arquétipo de “pai dos pobres”, alcunha recebida popularmente por utilizar discursos com alta carga emotiva e de cunho paternalista para os brasileiros, envolvendo-os em uma sensação de pertencimento e afeto. Neste sentido, reforça Levine (2001):

A eficácia dessa estratégia ficou evidente nas manifestações de luta coletiva, nas ruas tomadas após seu suicídio e na permanência de sua imagem simbólica no imaginário nacional.

Já Eduardo Paes, mesmo 70 anos depois da era política de Vargas, e inserido em um contexto diferente, de democracia digitalizada e midiática, tem tido sucesso ao atualizar esses mecanismos de modo sofisticado: o atual Prefeito do Rio de Janeiro faz uso intenso das redes sociais, do humor político, da imagem acessível, da linguagem popular e do contato direto com seu público-alvo. Além disso, Paes também entende a importância do contato pessoal na influência do eleitorado, garantindo presença constante junto a diferentes comunidades da capital carioca. Sua

habilidade de personalizar mensagens permite que Eduardo transite por múltiplos núcleos sociais com sucesso, aproximando-se tanto dos setores mais populares e marginalizados, quanto das elites urbanas, sem perder o tom carismático, nem a capacidade de gerar engajamento afetivo autêntico. Assim como Vargas interpelava as massas via rádios e eventos coletivos, Paes se conecta ao eleitor por meio de *selfies*, *lives*, reforços, *storytelling* digital e respostas rápidas nas redes, o que valida o público que o acompanha e torna o vínculo emocional ainda mais imediato.

A comparação entre os dois, analisada através de um contexto da comunicação política, revela que, independentemente do tempo histórico, a política permanece fundamentalmente ligada aos sentimentos, às paixões coletivas e à capacidade do líder de envolver o público na dimensão afetiva. Dessa forma, confirma-se a hipótese central deste trabalho: embora as ferramentas comunicacionais tenham se transformado radicalmente: do rádio analógico às redes sociais digitais, da ditadura à democracia, os mecanismos psicológicos de mobilização emocional permanecem estruturalmente inalterados, constituindo força permanente e transversal na política brasileira.

Além disso, sem a ativação sistemática desses recursos e sem o uso inteligente das ferramentas comunicacionais de cada época, considerando os tempos populares do rádio ao uso massivo da internet, da época dos discursos em palanques à exposição aos conteúdos através da tela do celular, torna-se praticamente inviável produzir engajamento político genuíno e sustentado. Vargas e Paes mostram, assim, que uma liderança eficaz nasce tanto do domínio das instituições quanto, sobretudo, da competência em cultivar afetos, pertencimentos e esperanças entre a população.

Contudo, este estudo também evidencia desafios éticos fundamentais para a democracia contemporânea. Se a mobilização afetiva sempre esteve presente na política, sua potencialização algorítmica nas redes sociais apresenta riscos inéditos: a fragmentação da esfera pública, a amplificação de discursos de ódio, a manipulação emocional em escala industrial e a erosão do debate racional, que, como mencionado na introdução da pesquisa, podem dar origem a eventos com capacidade destrutiva para a democracia, como ocorreu no Distrito Federal em 8 de janeiro de 2023. Compreender criticamente esses mecanismos torna-se, portanto, imperativo para a construção de uma cidadania consciente e para o fortalecimento das instituições democráticas.

Ao final desta pesquisa, observa-se que a liderança afetiva constitui um eixo persistente da política brasileira, renovando-se a cada transformação tecnológica, mas mantendo intacta sua essência simbólica: a capacidade de traduzir emoções coletivas em legitimidade política. A análise demonstrou que, embora os meios de comunicação tenham evoluído — do rádio varguista às redes digitais de Eduardo Paes —, os mecanismos de identificação e mobilização emocional permanecem estruturalmente semelhantes. Isso confirma a hipótese central do estudo: o afeto não é um adorno da política, mas um instrumento estratégico de poder e mediação social, capaz de moldar percepções, sustentar vínculos e redefinir a imagem pública dos líderes.

Importa ressaltar que este trabalho não se propôs a esgotar o tema nem a mapear todos os políticos brasileiros que recorreram ao afeto como ferramenta de liderança, mas sim a destacar casos emblemáticos que ilustram o funcionamento desse recurso em diferentes contextos históricos e midiáticos. A escolha de Getúlio Vargas e Eduardo Paes, portanto, cumpre um papel representativo e analítico, permitindo compreender, com profundidade, como a comunicação política se estrutura a partir de narrativas emocionais que transcendem ideologias e regimes. Essa constatação reforça a importância de novas pesquisas sobre o tema, capazes de explorar outras figuras e períodos à luz das teorias contemporâneas da comunicação e das emoções políticas.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor W. **A indústria cultural**. In: COHN, Gabriel (Org.). Comunicação e indústria cultural. São Paulo: T. A. Queiroz, 1985. p. 287-295.

ALVES, Renato. **Quem é Eduardo Paes, prefeito do Rio de Janeiro reeleito em 1º turno**. O Tempo, Belo Horizonte, 6 out. 2024. Disponível em: <https://www.otempo.com.br/eleicoes/2024/prefeitos/2024/10/6/quem-e-eduardo-paes--prefeito-do-rio-de-janeiro-reeleito-em-1--t> . Acesso em: 21 out. 2025

APÓS Crivella ironizar 'chapeuzinho de Zé Pelintra', acessório é adotado por eleitores e aliados de Paes. G1, Rio de Janeiro, 30 nov. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/2020/11/30/apos-crivella-ironizar-chapeuzinho-de-ze-pelintra-acessorio-e-adotado-por-eleitores-e-aliados-de-paes.ghtml>. Acesso em: 19 out. 2025.

ARENDDT, Hannah. **A condição humana**. 10. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1993.

BASQUEROTE SILVA, Adilson Tadeu; MENEZES, Eduardo Pimentel. **O Pai dos Pobres: Um Olhar Sobre a Ascensão do Populismo de Getúlio Vargas no Estado Novo**. In: BASQUEROTE SILVA, Adilson Tadeu; PARRA, José Rolando Dupuy (Org.). História: Diálogos Contemporâneos 2. Ponta Grossa: Atena Editora, 2019. p. 106-120.

CÂMARA DOS DEPUTADOS. **Carta-testamento de Getúlio Vargas**. Brasília, DF, 24 ago. 1954. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/atividade-legislativa/plenario/discursos/escrevendohistoria/getulio-vargas/carta-testamento-de-getulio-vargas>. Acesso em: 03 out. 2025.

CANCELLI, Elizabeth. **Vargas, a paixão de um suicídio: o irracional e a magia do ato**. Textos de História, Brasília, v. 4, p. 100-108, 1994.

CENTRO DE PESQUISA E DOCUMENTAÇÃO DE HISTÓRIA CONTEMPORÂNEA DO BRASIL. **Getúlio Vargas**. Rio de Janeiro: CPDOC-FGV. Disponível em: https://cpdoc.fgv.br/producao/dossies/AEraVargas1/biografias/getulio_vargas. Acesso em: 27 out. 2025.

CENTRO DE PESQUISA E DOCUMENTAÇÃO DE HISTÓRIA CONTEMPORÂNEA DO BRASIL. **Hora do Brasil**. Rio de Janeiro: CPDOC-FGV, . Disponível em: <https://expo-virtual-cpdoc.fgv.br/hora-do-brasil>. Acesso em: 8 out. 2025.

COHEN, Julie E. **Between Truth and Power: The Legal Constructions of Informational Capitalism**. Oxford: Oxford University Press, 2019.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DORNA, Alexandre. **A liderança carismática: sobre o caráter político do populismo**. Revista Tomo, São Cristóvão, n. 23, pág. 251-282, 2013. Disponível em: <https://periodicos.ufs.br/tomo/article/view/2103> . Acesso em: 3 nov. 2025.

EDUARDO PAES é reeleito em 1º turno e caminha para ser o prefeito mais longo do Rio. G1, Rio de Janeiro, 6 out. 2024. Disponível em: <https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/eleicoes/2024/noticia/2024/10/06/eduardo-paes-e-reeleito-em-1o-turno-e-caminha-para-ser-o-prefeito-mais-longo-do-rio.ghtml>. Acesso em: 19 out. 2025.

EDUARDO PAES é reeleito prefeito do Rio de Janeiro. Agência Brasil, Brasília, 5 out. 2024. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2024-10/eduardo-paes-reeleito-prefeito-do-rio-de-janeiro>. Acesso em: 29 out. 2025.

EDUARDO PAES: quem é o prefeito do Rio eleito para o 4º mandato. InfoMoney, São Paulo, 5 out. 2024. Disponível em: <https://www.infomoney.com.br/perfil/eduardo-paes/>. Acesso em: 05 out. 2025.

ENTENDA o escândalo de uso político de dados que derrubou valor do Facebook e o colocou na mira de autoridades. BBC Brasil, Londres, 19 mar. 2018. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-43461751>. Acesso em: 05 out. 2025.

FREUD, Sigmund. **Psicologia das massas e análise do eu**. In: Obras Completas, vol. 15. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

GETÚLIO Vargas discursa no estádio de São Januário no Dia do Trabalhador. Ludopedio, São Paulo, 25 jan. 2024. Disponível em: <https://ludopedio.org.br/arquibancada/getulio-vargas-sao-januario-e-o-1o-de-maio/>. Acesso em: 01 out. 2025.

GIORGI, Artur de Vargas; ALONSO JR., Rafael Miguel. **A paixão da política**. Revista Cult, São Paulo, 10 maio 2022. Disponível em: <https://revistacult.uol.com.br/home/paixao-da-politica/>. Acesso em: 14 out. 2025.

GOMES, Angela Maria de Castro. **A invenção do trabalhismo**. Dados: Revista de Ciências Sociais, Rio de Janeiro, v. 45, n. 2, p. 239-271, 2002. DOI: <https://doi.org/10.1590/S0011-52582002000200004>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/dados/a/y9QR6yy8Cb59jcbRWVMyVbx/>. Acesso em: 27 out. 2025.

GOMES, Sayonara Neves Barbosa. **Relação entre afeto e política: implicações da colonização dos afetos na (não) ação política coletiva no contexto brasileiro**. 2015. Dissertação (Mestrado em Psicologia) – Universidade Federal de Alagoas, Maceió, 2015.

GRUPO Globo é declarado patrimônio cultural imaterial do Rio. G1, Rio de Janeiro, 1 maio 2025. Disponível em: <https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/2025/05/01/grupo-globo-e-declarado-patrimonio-cultural-imaterial-do-rio.ghtml>. Acesso em: 20 out. 2025.

HABERMAS, Jürgen. **The Theory of Communicative Action**. Vol. 1. Boston: Beacon Press, 1984.

HAN, Byung-Chul. **Sociedade do cansaço**. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2022.

INFOCRACIA: como os algoritmos moldam a realidade e ameaçam a democracia. Jornal da USP, São Paulo, 20 jan. 2025. Disponível em: <https://jornal.usp.br/artigos/infocracia-como-os-algoritmos-moldam-a-realidade-e-ameacam-a-democracia/>. Acesso em: 23 out. 2025.

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

LEVINE, Robert M. **Pai dos Pobres? O Brasil e a Era Vargas.** São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

MARQUES, Rafael. **Populismo e Trabalhismo na linguagem de Getúlio.** Disparada, 30 jan. 2021. Disponível em: <https://disparada.com.br/populismo-trabalhismo-getulio/>. Acesso em: 3 nov. 2025.

MARX, Karl. **O 18 Brumário de Louis Bonaparte.** Marxists Internet Archive, [s.d.]. Disponível em: <https://www.marxists.org/portugues/marx/1852/brumario/cap01.htm>. Acesso em: 30 out. 2025.

MAQUIAVEL, Nicolau. **O Príncipe.** São Paulo: Penguin Classics Companhia das Letras, 2010.

MORAES, Augusto Ferreira de; MINELLA, Emanuelle. **O processo de identificação das massas com o discurso autoritário.** Revista de Estudos Psicanalíticos, v. 15, n. 2, p. 45-67, 2016.

'NOSSA guerra é a emocional': um panorama sobre Facebook e fake news. TecMundo, São Paulo, 26 maio 2022. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/seguranca/129046-nossa-guerra-emocional-panorama-facebook-fake-news.htm>. Acesso em: 23 out. 2025.

NUSSBAUM, Martha. **Political Emotions: Why Love Matters for Justice.** Cambridge: Harvard University Press, 2013.

O CASO Cambridge Analytica e a Sociedade de Risco. Revista Themis, Fortaleza, v. 19, n. 2, p. 177-205, 2021. Disponível em: <https://revistathemis.tjce.jus.br/THEMIS/article/download/1050/785/3901>. Acesso em: 23 out. 2025.

OBSERVATÓRIO DAS METRÓPOLES. **Metáforas da Cidade Partida: divisão territorial e eleições no Rio de Janeiro em 2008.** 2008. Disponível em: https://observatoriodasmetrosoles.net.br/arquivos/biblioteca/abook_file/metaforas_cidade_partida_divisao_territorial_riodejaneiro_eleicoes_2008.pdf. Acesso em: 4 nov. 2025.

OLIVEIRA, Isabel Cristina Veloso de. **A reeleição de Eduardo Paes para a prefeitura do RJ: identificando discursos, posições e escolhas adotadas na campanha eleitoral.** Revista Eletrônica de Ciência Política, v. 6, n. 1, p. 97-119, 2015. ISSN 2236-451X. DOI: 10.5380/recp.v6i1.41958.

O QUE é o amor segundo Platão? National Geographic Brasil, São Paulo, 14 dez. 2022. Disponível em: <https://www.nationalgeographicbrasil.com/historia/2022/12/o-que-e-o-amor-segundo-platao>. Acesso em: 5 out. 2025.

PAES, Eduardo. **Sobre.** Site Oficial de Eduardo Paes, 2024. Disponível em: <https://www.eduardopaes.com.br/eduardo-paes/>. Acesso em: 12 out. 2025.

PAES ataca Crivella e defende construção de relação com Bolsonaro e Castro. Veja, São Paulo, 26 out. 2020. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/brasil/paes-ataca-crivella-e-defende-construcao-de-relacao-com-bolsonaro-e-castro/>. Acesso em: 17 out. 2025.

PAES derrota Ramagem no primeiro turno e é reeleito prefeito do Rio. O Tempo, Belo Horizonte, 6 out. 2024. Disponível em: <https://www.otempo.com.br/eleicoes/2024/prefeitos/2024/10/6/paes-derrota-ramagem-no-primeiro-turno-e-e-reeleito-prefeito-do->. Acesso em: 17 out. 2025.

PINHO, Raquel. **O primeiro ano de governo de Eduardo Paes na cidade do Rio de Janeiro: uma análise da reforma na educação.** Revista Educação Online, Rio de Janeiro, n. 18, p. 96-116, jan./mai. 2015.

PINTO, Francisco Rogério Madeira. **A Constituição castilhista de 1891 e a fundação do constitucionalismo autoritário no Brasil.** Revista Brasileira de Estudos Políticos, Belo Horizonte, n. 118, p. 245-292, jan./jun. 2019. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/rbep/article/download/17578/14362/48719>. Acesso em: 29 out. 2025.

POR QUE algoritmos das redes sociais estão cada vez mais poderosos. BBC Brasil, Londres, 9 out. 2021. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-58810981>. Acesso em: 23 out. 2025.

PROPAGANDA digital e algoritmos e suas implicações para a democracia. Estudos em Comunicação, v. 35, 2024. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/eb/a/X98XKDV8CqJqPzvt64yzY4t/>. Acesso em: 21 out. 2025.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet.** Porto Alegre: Sulina, 2009.

RASOTO, Tálita Jacy. **Getúlio Vargas e o populismo.** 2009. Monografia (Especialização em Sociologia Política) – Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2009. Disponível em: <https://acervodigital.ufpr.br/xmlui/bitstream/handle/1884/38873/R%20-%20E%20-%20TALITA%20JACY%20RASOTO.pdf> . Acesso em: 21 out. 2025.

REGULAÇÃO das mídias sociais, desinformação e democracia. Instituto Rui Barbosa, 23 fev. 2025. Disponível em: <https://irbcontas.org.br/artigos/regulacao-das-midias-sociais-desinformacao-e-democracia/>. Acesso em: 21 out. 2025.

RIO está livre do pior governo da sua história, diz Paes em discurso da vitória. CNN Brasil, São Paulo, 28 nov. 2020. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/rio-esta-livre-do-pior-governo-da-sua-historia-diz-paes-em-discurso-da-vitoria/>. Acesso em: 10 out. 2025.

SÁ CORRÊA, Marcos. **Dois pra lá, dois para cá.** Revista Piauí, São Paulo, ed. 29 de fevereiro 2009. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/materia/dois-pra-la-dois-para-ca/> . Acesso em: 21 de out. 2025.

SANTANA, Luciana. **Três anos depois de Lula x Bolsonaro, pesquisadores divergem sobre o futuro da polarização.** IstoÉ, São Paulo, 1º nov. 2025. Disponível em: <https://istoe.com.br/tres-anos-apos-lula-x-bolsonaro-pesquisadores-divergem-sobre-futuro-da-polarizacao/> . Acesso em: 12 out. 2025.

SEM o peso de Lula, Eduardo Paes impõe derrota a Bolsonaro no Rio. Poder360, Brasília, 6 out. 2024. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/analise/sem-o-peso-de-lula-eduardo-paes-impoe-derrota-a-bolsonaro-no-rio/>. Acesso em: 15 out. 2025.

SERRANO, Luiz Roberto. **A democratização do acesso à informação abriu caminho para a manipulação e o engodo.** Jornal da USP, São Paulo, 20 nov. 2023. Disponível em: <https://jornal.usp.br/atualidades/a-democratizacao-do-acesso-a-informacao-abriu-caminho-para-a-manipulacao-eo-engodo/> . Acesso em: 1 nov. 2025.

SILVA, Adilson Tadeu Basquerote; MENEZES, Eduardo Pimentel. **O Pai dos Pobres: Um Olhar Sobre a Ascensão do Populismo de Getúlio Vargas no Estado Novo.** In: BASQUEROTE SILVA, Adilson Tadeu; PARRA, José Rolando Dupuy (Org.). História: Diálogos Contemporâneos 2 . Ponta Grossa: Atena Editora, 2019. p. 106-120. Disponível em: <https://atenaeditora.com.br/catalogo/post/o-pai-dos-pobres-um-olhar-sobre-a-ascencao-do-populismo-de-getulio-vargas-no-estado-novo>. Acesso em: 7 out. 2025.

SILVA, Daniel Neves. **Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP).** Brasil Escola, 10 dez. 2020. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/historiab/o-dip-estado-novo.htm>. Acesso em: 8 out. 2025

SUNSTEIN, Cass R. **#Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media.** Princeton: Princeton University Press, 2017.

TABATA Amaral contrata profissionais da equipe digital de Eduardo Paes. Veja Rio, Rio de Janeiro, 7 jun. 2024. Disponível em: <https://vejario.abril.com.br/coluna/bruno-chateaubriand/eduardo-paes-rasteira-equipe-comunicacao/>. Acesso em: 17 out. 2025.

TECNOLOGIAS dominadas pelas big techs colocam a democracia em risco. Jornal da USP, São Paulo, 28 nov. 2024. Disponível em: <https://jornal.usp.br/ciencias/ciencias-humanas/tecnologias-dominadas-pelas-big-techs-colocam-a-democracia-em-risco-em-varias-frentes/>. Acesso em: 15 out. 2025.

TERRORISTAS bolsonaristas invadem Congresso Nacional, Palácio do Planalto e Supremo. G1, Brasília, 8 jan. 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/df/distrito-federal/noticia/2023/01/08/bolsonaristas-radicais-entram-em-confronto-com-a-policia-na-esplanada-e-sobem-rampa-do-congresso-nacional-em-brasilia.ghtml>. Acesso em: 30 out. 2025.

TRAJETÓRIA política de Eduardo Paes, que será pela quarta vez prefeito do Rio de Janeiro. Carta Capital, São Paulo, 5 out. 2024. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/politica/a-trajetoria-politica-de-eduardo-paes-que-sera-pela-quarta-vez-prefeito-do-rio-de-janeiro/>. Acesso em: 10 out. 2025.

VARGAS, Getúlio. **Carta-testamento.** Rio de Janeiro, 24 ago. 1954. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/atividade-legislativa/plenario/discursos/escrevendohistoria/getulio-vargas/carta-testamento-de-getulio-vargas>. Acesso em: 28 out. 2025.

VEJA o que é #FATO ou #FAKE na sabatina de Eduardo Paes para o Globo, Extra, Valor e CBN. G1, Rio de Janeiro, 12 set. 2024. Disponível em: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/rio-de-janeiro/noticia/2024/09/12/veja-o-que-e-fato-ou-fake-na-sabatina-de-eduardo-paes-para-o-globo-extra-valor-e-cbn.ghtml>. Acesso em: 10 out. 2025.

WEBER, Max. **Economia e Sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva.** Vol. 1. Brasília: Editora UnB, 1999.

ZUBOFF, Shoshana. **The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power.** New York: PublicAffairs, 2020.