

COLÓQUIO
DE OUTONO
XXII

Populismo(s) e suas linguagens

Textos selecionados

ORGANIZADORES

MARIA ALDINA MARQUES
SÉRGIO GUIMARÃES DE SOUSA
JOSÉ TEIXEIRA
MARIA DA CONCEIÇÃO VARELA
RUI RAMOS
ISABEL ROBOREDO SEARA
MICAELA AGUIAR

húmus



CEHUM
Centro de Estudos Humanísticos
da Universidade do Minho

**XXII COLÓQUIO
DE OUTONO**

Populismo(s) e suas linguagens

Textos selecionados

EDITORES

MARIA ALDINA MARQUES

SÉRGIO GUIMARÃES DE SOUSA

JOSÉ TEIXEIRA

MARIA DA CONCEIÇÃO VARELA

RUI RAMOS

ISABEL ROBOREDO SEARA

MICAELA AGUIAR

húmus



CEHUM
Centro de Estudos Humanísticos
da Universidade do Minho

POPULISMO(S) E SUAS LINGUAGENS

Textos selecionados

Organização: Maria Aldina Marques | Sérgio Guimarães de Sousa | José Teixeira | Maria da Conceição Varela
Rui Ramos | Isabel Roboredo Seara | Micaela Aguiar

Edição do Centro de Estudos Humanísticos da Universidade do Minho

© EDIÇÕES HÚMUS, 2022

End. Postal: Apartado 7081 – 4764-908 Ribeirão – V.N. Famalicão

Tel. 926 375 305

E-mail: humus@humus.com.pt

Impressão: Papelmunde, SMG, Lda. – V.N. Famalicão

1.ª edição: junho de 2022

Depósito legal: 501601/22

ISBN 978-989-755-789-7

Projecto da FCT – UIDP/00305/2020

Comissão de Leitura

Alexandra Guedes Pinto, U. Porto – Portugal

Ana Isabel Moniz, U. Madeira – Portugal

Ana Lúcia Tinoco – Brasil

Carlos Pazos, U. Minho – Portugal

Carlos Piovezani, UFSCar – Brasil

Isabel Sebastião, Centro de Linguística
da U. Porto – Portugal

Isabelle Marques, U. Aberta – Portugal

Jaime Becerra Costa, U. Minho – Portugal

Jarbas Nascimento, PUC-SP, Brasil

Luzmara Curcino, UFSCAR – Brasil

Maria Auxiliadora Baseio, UNISA – Brasil

Maria Zara Coelho, U. Minho – Portugal

Mário Matos, U. Minho – Portugal

Michelle Alonso, UERJ – Brasil

Patrícia Neves Ribeiro, UFF – Brasil

Rosa Cabecinhas, U. Minho – Portugal

Rosalice Pinto, CLUNL – Portugal

Sónia Rodrigues, U. Porto – Portugal

Vanice Sargentini, UFSCar – Brasil

Veronica Manole, U. Cluj – Roménia

Vitor Moura, U. Minho – Portugal

Zilda Aquino, USP – Brasil

ÍNDICE

- 7 Apresentação
Maria Aldina Marques, Sérgio Guimarães de Sousa
- 13 **Discurso populista y redes sociales: el caso de España**
Catalina Fuentes Rodriguez
- 43 **El discurso populista en las revistas del primer Franquismo**
Carla Prestigiacomo
- 67 **A (des)cortesia dissimulada nos discursos considerados ‘Populistas’ em Portugal**
Isabel Roboredo Seara
- 91 **Populismo na política brasileira: desobedecer para melhor obedecer**
Vanice Sargentini
- 109 **Discurso populista como resistência? Análise de uma campanha política nas redes sociais**
Michelle Gomes Alonso Dominguez
- 127 **Populismo(s): o ser e o fazer no discurso político português**
Isabel Fuzeta Gil
- 149 **Falar às massas, calar o povo. Usos da linguagem fascista no Brasil contemporâneo**
Carlos Piovezanil
- 173 **(Des)acordo ortográfico. Análise discursivo-pragmática de argumentos populistas na construção da polémica verbal escrita sobre o Acordo Ortográfico de 1990**
Mariana Silva Ninitas
- 197 **Livros, política e populismo: a ‘nova’ direita brasileira e seus *best sellers***
Luzmara Curcino, Thiago Augusto Carlos Pereira

- 223 **Arte de massas, populismo e arte popular**
Carlos Bizarro Morais
- 237 **Populismo no Youtube: elementos materiais e retórica na Bolsonaro TV**
Karina Santos, Flávio Nehrer, Fabio Minervini,
Maria Fernanda Pereira Machado, Karina Negrão
- 263 **Emergência de um novo populismo no Brasil e liberdade de expressão:
os deslocamentos do dizer verdadeiro na política**
Kátia Menezes de Sousa
- 279 **Charismatic or providential? Popular or populist? The case of
Portugal's President Marcelo Rebelo de Sousa**
Jean Noël Fernand Mercereau, Jorge Manuel Almeida Gomes da Costa

APRESENTAÇÃO

A sustentabilidade da política e dos discursos políticos como discursos públicos deve necessariamente contemplar as disrupções dos populismos. Diríamos, mesmo, que não há política sem populismo. Quebra-se, assim, uma das primeiras marcas de populismo assente na dicotomia *nós – eles*. A questão não estará, pois, em suprimir os discursos e atos populistas, mas em encontrar as raízes do fenómeno, determinar as suas características e os contextos de ocorrência, circunscrever, numa palavra, os modos de tais manifestações.

Como palavra em moda, *populismo* serve de argumento e contra-argumento nas mais diversas situações, levando a um alargamento, quase pulverização, de sentidos, marcados assim por alguma vagueza. É necessário, com efeito, investigar os novos, e por vezes díspares, sentidos em uso. Ter em conta os interlocutores, a sua experiência cognitiva e social, os contextos sociais e políticos em que se enquadram, vale dizer, encontrar as raízes do fenómeno e as formas discursivas em que se constitui.

Os populismos são uma preocupação séria das sociedades atuais. Portugal, ao contrário do que se tem afirmado, não está imune a este fenómeno político e social. Com a edição desta obra, pretende-se recolocar a questão dos populismos e contribuir para uma literacia política, cada vez mais necessária.

O intuito primeiro deste volume consiste em oferecer ao leitor análises aprofundadas do fenómeno do populismo e das suas linguagens, ou, se se preferir, das suas múltiplas declinações, dado tratar-se, como é sabido, de um fenómeno assaz complexo e sujeito a diversos deslindamentos. São, de facto, muitas, e infelizmente fecundas, as veredas pelas quais se manifesta o populismo. Disso mesmo nos dão conta as análises propostas neste livro, assinadas por reputados autores oriundos de diversas proveniências geográficas e, por vezes, de distintas filiações académico-intelectuais. Todos, porém, norteados pelo rigoroso princípio da análise crítica e imparcial do fenómeno populista e das suas decorrências ao nível da linguagem.

Assim, Catalina Fuentes Rodríguez (“Discurso populista y redes sociales: el caso de España”), focando esse campo de batalha e de confronto social que são as redes sociais, em especial o Twitter, analisa as acusações de populismo lançadas pelos seus utilizadores aos políticos bem como as acusações desse teor que os políticos entre si trocam. A finalidade da autora é clara: recensar e refletir sobre as componentes argumentativas mobilizadas neste tipo de ataques verbais. O mesmo é dizer, perceber do ponto de vista dos seus expedientes e das suas estratégias a mecânica da linguagem do chamado discurso populista, de modo a avaliar se esse discurso se consubstancia por uma argumentação incorreta ou antes por uma manipulação consciente.

Por sua vez, Carla Prestigiacomo (“El discurso populista em las revistas del primer franquismo”), tomando como objeto de estudo o discurso mediático veiculado por emblemáticas revistas (neste caso, *Legiones y Falanges* e *Y, Revista para la mujer nacional sindicalista*) e apoiada em consistentes metodologias científicas (análise crítica do discurso, estudos sobre ideologia, linguística pragmática, teoria da argumentação), expõe o modo como nessas publicações, ao serviço da propaganda ideológica franquista, se constrói um discurso populista sobre a identidade da mulher.

Isabel Roboredo Seara (“A (des)cortesia dissimulada nos discursos considerados ‘populistas’ em Portugal”), por seu turno, cientificamente balizada em autores como Kaiser, Dockendorff e Drămnescu, e centrando a sua atenção em discursos populistas produzidos em Portugal, mostra aí a relevância tanto de uma *estratégia de cortesia* (estando em pauta a construção de uma imagem social positiva do outro) como de uma estratégia inversa, a da descortesia (estando em causa a construção de uma imagem social negativa do outro), visível esta última na violência verbal. Ademais, a autora, recorrendo à noção de *ethos* discursivo, expõe os argumentos subjacentes à construção de um *ethos* carismático: aquele pelo qual um líder se reivindica porta-voz do povo, porque supostamente em simbiose ideológica com a vontade popular e da qual seria a expressão mais pura. Daí o consequente confronto com as elites, denegrindo-as.

Noutro estudo, o de Vanice Sargentini (“Populismo na política brasileira: desobedecer para melhor obedecer”), procede-se a uma análise das formas de expressão do populismo e das suas práticas discursivas no âmbito da presidência bolsonarista, prestando especial atenção ao modo paradoxal como essa presidência apela à obediência acrítica, por um lado, e instiga no interior do próprio governo, por outro lado, à desobediência civil. Como bem revela a

autora, este *double bind* inscreve-se numa clara estratégia autoritarista. Quanto a Michelle Gomes Alonso Dominguez (“Discurso populista como resistência? Análise de uma campanha política nas redes sociais”), a autora – na esteira de Chantal Mouffe (*Por um populismo de esquerda*) e da noção de populismo proposto por E. Laclau e ainda do conceito de populismo digital teorizado por Cesarino – questiona a possibilidade de os discursos populistas se poderem constituir enquanto discursos de resistência.

Isabel Fuzeta Gil (“Populismo(s): o ser e o fazer no discurso político português”), por seu lado, a partir dos termos “populismo”/“populista” e tendo por base o *Diário da Assembleia da República* e a imprensa escrita, debruça-se sobre o modo como, em contexto português, se manifesta discursivamente o populismo, isto é, de que forma entre nós se perfaz a construção de um *ethos* discursivo de natureza populista, tendo presente aspetos sócio-cognitivos (a ênfase emocional, por exemplo) e figurações retórico-pragmáticas e pragmático-discursivas.

Carlos Piovezani (“Falar às massas, calar o povo. Usos da linguagem fascista no Brasil contemporâneo”), fundamentando-se em Victor Klemperer (*A linguagem do Terceiro Reich*) e Jean-Pierr Faye (*Introdução às linguagens totalitárias*) e em postulados afetos aos estudos de análise do discurso bem como à retórica, estabelece pertinentes pontos de convergência entre o fascismo e o populismo, de forma a colocar em evidência o facto de os pronunciamentos e as declarações de Bolsonaro materializarem traços de linguagem neofascista.

Mariana Silva (“Des)acordo ortográfico. Análise discursivo-pragmática de argumentos populistas na construção da polémica verbal escrita sobre o acordo ortográfico de 1990”), enquadrando-se cientificamente nas perspetivas da análise do discurso, da pragmática, da retórica, da argumentação e da linguística interacional, reflete sobre os principais argumentos manipulados no tocante à construção do discurso polémico sobre o AO90, designadamente os argumentos populistas, conforme sucede quando a argumentação em pauta se arroga a pretensão de traduzir a vontade do povo.

Luzmara Curcino e Thiago Augusto Carlos Pereira (“Livros, política e populismo: a ‘nova’ direita brasileira e seus *best sellers*”) estudam o cenário livreiro através do qual, nas últimas décadas, se publicaram no Brasil obras ligadas à chamada “Nova Direita”. O que, por sua vez, ajuda, segundo os autores, a melhor entender o atual panorama político brasileiro, marcado pela ascensão da direita ao poder.

Carlos Bizarro Morais (“Arte de massas, populismo e arte popular”), abordando a matéria da arte de massas, típica da cultura pós-moderna, demonstra, filiando-se em M. Dufrenne, como nela se perspetiva uma dissimulação no sentido de a colar à autêntica expressão popular. Razão pela qual, diz-nos com inegável pertinência Carlos Bizarro Morais, cabe à estética filosófica atuar, contrapondo as categorias de arte de massas e arte popular, sendo esta última, com a eficácia estética que se lhe reconhece, capaz, defende o autor, de combater o populismo.

Karina Santos, Flávio Nehrer, Fabio Minervini, Maria Fernanda Pereira Machado e Karina Negrão (“Populismo no *youtube*: elementos materiais e retórica na bolsonaro TV”) identificam o estilo retórico de Bolsonaro com o discurso populista ocorrido aquando da pré-campanha para as eleições maioritárias de 2008 na Bolsonaro TV e no canal *youtube* do atual presidente brasileiro. Desta maneira, relevam no então candidato à presidência do Brasil reconhecíveis marcas de discurso populista.

Kátia Menezes de Sousa (“Emergência de um novo populismo no Brasil e liberdade de expressão: os deslocamentos do dizer-verdadeiro na política”) problematiza a forma como a extrema-direita, na qual neoliberalismo e características de fascismo convergem, se serve de um discurso de liberdade orientado, em boa verdade, para uma ideologização repressora das liberdades democráticas e, como tal, promotora, entre outros aspetos, da discriminação e da violência. Neste sentido, a autora não deixa de apresentar um estudo competente sobre o modo como discursos ligados ao direito à liberdade de expressão se conjugam com o populismo autoritário.

Para finalizar, Jean Mercereau e Jorge Manuel Almeida Gomes da Costa (“Charismatic or providential? Popular or populist? The case of Portugal’s President Marcelo Rebelo de Sousa”), diferenciando noções por vezes amalgamadas (como “popular” e “populista”, liderança “carismática” ou “providencial”) e avaliando o grau de compatibilidade destas noções com os valores democráticos, estudam, através de quatro discursos apresentados no seu primeiro mandato presidencial, o caso Marcelo Rebelo de Sousa, um carismático presidente não raro rotulado de “populista bom” e de “líder providencial”. De que maneira estes rótulos se enquadram no comprometimento democrático, eis uma das questões, entre outras, a que este interessante estudo sobre as implicações de estilos de liderança pretende fornecer resposta.

Resta salientar que os estudos aqui apresentados foram objeto de uma primeira comunicação, aquando do XXII Colóquio de Outono, realizado no

âmbito do CEHUM, em 5 e 6 de novembro de 2020. Agradecemos à sr^a diretora do centro, Doutora Cristina Flores, o apoio na realização do colóquio e na publicação deste volume, que traz a público uma seleção de textos revista por pares.

Maria Aldina Marques
Sérgio Guimarães de Sousa

DISCURSO POPULISTA Y REDES SOCIALES: EL CASO DE ESPAÑA

Catalina Fuentes Rodríguez*

1. Introducción

El populismo se ha convertido en un argumento que se lanzan los políticos entre sí en sus frecuentes ataques. Para unos revela una posición ideológica; para otros es, además, un fenómeno que afecta al uso de los datos, a las estrategias comunicativas y al objetivo perseguido con el discurso. En la actualidad encontramos populismo de derechas y de izquierdas, falacias frecuentes que tienen el mismo fin: desacreditar el discurso del otro y conseguir el éxito ante el ciudadano de manera fácil y rápida. En este momento de la llamada “pos-verdad” (Ruiz Vicioso 2019), con las noticias “fake” (Parra & Oliveira 2018) llenando los diarios y, sobre todo, con la ayuda de las redes sociales, resulta difícil distinguir los mensajes e incluso las ideologías.

Nos vamos a centrar en este trabajo en el discurso de políticos españoles de signo distinto para descubrir dónde radica el populismo, cómo se manifiesta, sobre todo en este momento en que las redes sociales se han convertido en el campo de batalla donde se disputan los votos y el espectáculo ha desplazado a la argumentación (Gallardo 2014; Gallardo & Enguix 2016).

Hemos trabajado con un *corpus* elaborado para el proyecto de Liderazgo femenino¹, en el que hemos recogido intervenciones en Twitter de los principales líderes políticos españoles, hombres y mujeres, durante los primeros ocho meses de 2020 que incluyen la palabra populismo/populista.

* Departamento de Lengua Española, Lingüística y Teoría de la Literatura, Facultad de Filología, Universidad de Sevilla, España. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0388-947X>.
cfuentes@us.es

1 FEDER Andalucía US- 1263310.

2. Las redes sociales

Las redes sociales se han convertido en la arena política de más fácil acceso (Fuentes Rodríguez ed. 2020a). Los políticos han tardado un tiempo en emplearlas, pero ahora constituyen el ámbito donde se decide gran parte de sus actuaciones. La inmediatez, rapidez, extensión y anonimato (Mancera & Pano 2013) permiten crear un grupo de colaboradores que propagan las ideas propias y atacan al contrario. Constituyen un equipo de ayudantes, unos pagados y otros voluntarios, que actúan a favor del candidato. En este ambiente se extienden bulos, noticias falsas² y se ataca sin cortapisas, con insultos que, aunque formalmente no se permiten según la normativa³, llenan el discurso digital. Es el populismo 2.0., como lo llama Pérez Curiel (2020, p. 177):

[...] a strategy now employed by populist leaders to convey their messages and to make them go viral, thus overcoming the difficulties that they come up against when attempting to access the conventional media (...) controlled by the elites.

Este instrumento de comunicación ha desempeñado un papel fundamental en la propia construcción del populismo (Engesser, Fawzi & Larsson 2017; Ernst et al. 2017). El líder necesita tener un contacto directo con el pueblo y para ello las redes sociales son fundamentales⁴. El usuario considera que tiene un púlpito donde pontificar a pesar de no ser experto. Se ve investido de un poder igualatorio que proporciona a sus opiniones la misma credibilidad que a un especialista o una persona famosa. En este mismo sentido algunos periodistas escriben: “Las redes sociales son un entorno en el que chimpancés conviven con expertos” (El diario.es, 1/4/2019, M. Ferreira).

El político utiliza este acceso gratuito de cualquier persona en las redes para conseguir que trabajen en su propio beneficio. Cuando abren una cuenta de Twitter o Facebook para comunicarse con sus seguidores, manifiestan un respeto hacia ellos y propagan esa ideología igualitaria. Acercan la democracia de

2 Fake News: ¿Son las redes sociales las culpables del auge del populismo de derechas? (elconfidencial.com)

3 Y las advertencias de los sitios web

4 Cfr. Cebrián: “Las redes sociales promueven el populismo” - El País, 2/12/2017, https://elpais.com/internacional/2017/12/01/america/1512163256_040646.html. consultad 27/1/2021, o Emilio J.Cárdenas, JULIO 17, 2019 Desde las redes sociales el populismo europeo influencia constantemente al mundo de la política - LA GACETA Tucumán

manera visible. Sin embargo, no es algo gratuito, sino siempre estratégico, algo que el usuario no suele percibir con frecuencia.

El medio de difusión de la ideología es, pues, un primer ingrediente del populismo, porque establece la conexión con su objetivo principal: el pueblo. Veamos ahora qué otros ingredientes hacen falta para construir un discurso de este tipo y qué diferentes opiniones existen al respecto.

3. Populismo

3.1. Definición de populismo

Populismo es un término indeterminado, ya que presenta una heterogeneidad de empleos y se asocia a fenómenos políticos muy diferentes, como señalan Laclau (2012) o Charaudeau (2009). Puede abarcar ideologías de todo signo, siempre con la pretensión de “*atraerse a las clases populares*” (RAE, s.v.). El sociólogo americano Shils (1956) describe el populismo “como la ideología que proclama la supremacía de la voluntad del pueblo, mientras para Taguieff (1997) es más parecido a un estilo político, un conjunto de operaciones retóricas, con la capacidad de servir a sustratos ideológicos distintos.” (Nardaccio 2019, p.42)

Su complejidad es evidente, por tanto: el populismo puede hallarse en el objetivo, en la retórica empleada o en las ideas que se proclaman.

Charaudeau (2009, p. 254) define este fenómeno siguiente modo:

Es utilizada generalmente cuando se trata de definir ya sea regímenes políticos encabezados por líderes fuertes que pretenden representar al pueblo y aparecen con nombre y apellido (el caso de Juan Domingo Perón en Argentina, Hugo Chávez en Venezuela y otros líderes de diferentes países africanos), o discursos de políticos, particularmente de extrema derecha, que surgen durante las campañas electorales, como es el caso en diversos países europeos (Francia, Austria, Holanda), y más recientemente en algunos países de Europa central.

Para Charaudeau populismo no es ajeno a democracia, aunque represente una manipulación del sistema:

el principio democrático de debate público para constituir una representación mayoritaria es el que abre el campo al discurso populista como medio de seducción de las masas. Por lo tanto, no es un régimen político sino una *estrategia* de conquista o de

ejercicio del poder sobre un fondo de democracia, pero de manera exacerbada. Esta estrategia maneja el mecanismo de la *fascinación* como “fusión de sí mismo con un todo exaltante que cristaliza un ideal” (p. 272).

Posteriormente lo relaciona y diferencia del fascismo. Charaudeau afirma que en Europa se ha cruzado con movimientos de extrema derecha. Pero también existe populismo de izquierdas:

De ahí su ambigüedad, ya que, si bien en Europa se ha cruzado con movimientos de extrema derecha (boulangismo, antidreyfusismo, poujadismo, lepenismo en Francia; etnonacionalismo en Italia y en Alemania), es más bien proletario en América Latina, reclamándose de una ideología de izquierdas, incluso respaldado por las Fuerzas Armadas. Ahí tenemos también una comparación interesante para estudiar (p. 272).

Según Campus (2010, p. 151), se suele considerar el populismo “como una herramienta útil a la hora de antagonizar con las élites gobernantes y reemplazarlas en el poder”.

El populismo como forma de atraer a todos los ciudadanos al mensaje político puede ser algo legítimo en sentido estricto, pero en la época de la llamada “posverdad” y las noticias falsas, la infoxicación justificada y alimentada por un manipulado derecho a la información hace que se desplace la interpretación a lo negativo (Rivas & Calero 2020). La razón es obvia. El uso que se hace del “pueblo” es totalmente acomodaticio: conseguir el máximo de seguidores con el mínimo esfuerzo, tocar los temas más sensibles para atraer su atención, aunque no sean los más importantes, y construir una imagen *ad hoc* del partido al que representa el político. Por ello, los términos *populismo*, *populista* se utilizan como insultos y llevan una carga minusvaloradora. Constituyen un argumento de ataque al otro⁵, como vamos a ver en los tuits analizados, y una manipulación para persuadir de manera rápida.

En un encuentro mediático (“El virus populista en la Europa del siglo XXI”⁶), periodistas y personajes relevantes del mundo de la política y la empresa reflexionan sobre las diversas caras del populismo. Antonio Pulido, presidente de la Fundación Cajasol, resalta que lo que tienen en común todos

5 Sobre el discurso político y su constante tendencia a la confrontación, vid. Van Dijk (1996, 2005). Sobre las estrategias empleadas, vid. Chilton & Schäffner (2000), Fuentes Rodríguez & Alvarez Benito (eds. 2016) y Fuentes Rodríguez (ed. 2016).

6 <https://www.elindependiente.com/politica/2019/06/30/el-virus-populista-en-la-europa-%20del-siglo-xxi>

los populismos es la simplificación: “Todos proponen soluciones fáciles a problemas complejos”.

Victoria Prego, periodista, lo describe como “una amenaza seria para las democracias liberales”. “Pretenden destruir las democracias pidiendo precisamente más democracia – ha argumentado –; el resultado: sistemas totalitaristas”.

Para Casimiro García-Abadillo, director de *El Independiente*, sus puntos esenciales son:

a) “La idea del pueblo como un todo”, algo que considera positivo, “que siempre tiene la razón y que a veces tiene características nacionalistas como Vox, Podemos o los populistas latinoamericanos”.

b) El maniqueísmo: “Hay dos bloques, los buenos y los malos; el pueblo y la oligarquía; los desheredados y el Ibex35; y ese discurso tiene una demagogia extraordinaria, solo hace falta recordar que Trump, un millonario, se presentó como un antisistema ante Clinton, que representaba a los ricos de Wall Street”.

c) La crítica constante al sistema parlamentario. “Podemos reclamaba ‘Democracia real, ya’, como si la democracia fuese un invento de los oligarcas para quitarle poder a los ciudadanos”.

d) La existencia de un líder carismático. “Desde Le Pen a Pablo Iglesias, o Chávez, Trump, Putin... El partido es un instrumento al servicio del líder, que es el único que sabe interpretar lo que quiere el pueblo”.

e): El rechazo a la libertad de prensa. “Trump insulta y maltrata a los escépticos”.

Álvaro Ibarra, director de ABC de Sevilla, liga este movimiento a las situaciones de necesidad, en las que surgen los demagogos. Insiste en ese planteamiento maniqueísta que opone “el pueblo a las élites” porque falta una clase media que frene esta aparición de los populismos. Obra a su favor la desinformación, que afecta más a las generaciones jóvenes, entre las que se extiende este movimiento.

Como vemos, la manipulación está en la base de todo el fenómeno y lo que puede tener un origen virtuoso se desplaza, por el uso interesado, a la demagogia y al empleo de la falsedad como base del proceso.

3.2. Anatomía del populismo

Características recurrentes de los movimientos políticos populistas son, según Nardaccio (2019, pp. 42-43):

- La exaltación de la figura del líder político carismático (Freidenberg 2007; Charaudeau 2009).

- El enfrentamiento dialéctico entre el *pueblo puro* contra la *élite corrupta*. Para ello se recurre a temas emotivos, simples de aceptar para el ciudadano, a la altura de su inteligencia, y se explotan temas prácticos como el empobrecimiento, la desigualdad, el paro o la identidad nacional. El culpable siempre es el otro, entendido como enemigo, en una polarización extrema. El líder es el Robin Hood que nos va a salvar de la situación.

- El ensalzamiento de la colectividad y soberanía ciudadana, que constituye la legitimación de líder. Es producto de la democracia, como dice Charaudeau, pero entendida de manera simplista y reduccionista. En el caso del discurso populista, nos refiere Nardaccio (2020, p.722) en relación al movimiento Cinque Stelle:

A tal fin, el discurso se llena de inferencias a la participación y a la intervención activa de los ciudadanos, asumiendo una igualación de niveles entre la clase política y la ciudadanía. Un recurso, la *hipersimplificación* de la complejidad política, que se acompaña de la coloquialización del lenguaje y ausencia de tecnicismos, que a menudo se ha listado dentro de las estrategias características del discurso populista (Tarchi, 2014).

- La inconsistencia y falta de homogeneidad ideológica. Cualquier líder puede serlo. Por ello Charaudeau habla del populismo como una estrategia.

Nardaccio alude también a lo que Kirchheimer llamaba partidos multicomprendivos (*metapartidos, catch-all parties*), con una ideología menos marcada e indefinida, que busca aglutinar electores de diferentes orígenes. Privilegian conseguir resultados más que la coherencia en los principios que los sustentan. Esta tendencia se observa en los partidos actuales y conecta claramente con el populismo.

En suma, la anatomía del discurso populista se concentra en 4 elementos básicos:

- Origen: Una situación negativa que afecta a la población
- Agente: Un líder carismático que ejerce una labor de imagen y se proyecta hacia los demás

– Discurso de confrontación: Una situación de enfrentamiento ideológico entre líderes

– Rol del pueblo: El ciudadano cobra un papel fundamental, no solo como receptor del mensaje, sino como el objetivo de la labor del político. Este hace suya sus necesidades y le presta su voz. Se convierte en el defensor del pueblo.

El líder aúna su misión con la del pueblo, y sitúa al ciudadano en el centro de su discurso. Este objetivo es el fundamental y todos los demás (defender al país, hacerlo avanzar, defender la democracia, etc.) se subordinan a obtener el apoyo de la masa. De ahí que el fenómeno adquiera un contenido negativo.

La pregunta que nos hacemos es ¿el populismo es una estrategia o un tipo de discurso político? Es una característica que tiene como objetivo, según dice la RAE, atraerse al pueblo, llegar a la mayor cantidad de votantes (“Tendencia política que pretende atraerse a las clases populares. U.m.en sent. despect.”, DLE, s.v.) pero puede terminar siendo un tipo de discurso que atraviesa todo el espectro político. Aspectos como la construcción del liderazgo y los efectos sociopragmáticos ligados a la imagen social e identidad (Arundale 2006; Fuentes Rodríguez coord. 2013, 2016; Goffman 1967; Spencer-Oatey 2007) van asociados al proceso.

3.3. El líder, hombre del pueblo: Identificación líder y pueblo

Este tipo de discurso, y herramienta o estrategia para la persuasión a la vez, tiene una gran importancia en la construcción de la imagen del líder. Charau-deau (2009) establece un proceso entre

Líder carismático - fomentar el descontento - usar la emoción - simplificar...
El líder es del pueblo - representa al pueblo - recoge las demandas del pueblo

Pérez Curiel (2020, p. 177) insiste en este aspecto del liderato:

A new opinion leader model has emerged, which has established itself as an interesting marketing tool, whose value resides in that these leaders have learned how to combine their tasks as such with the care and management of their political identity in a space as conducive as social media.

Campus (2010, p. 151), por su parte, considera que esta estrategia puede ser usada por el gobierno:

la motivación de la antipolítica entre los ciudadanos puede ser fomentada y amplificada por el gobierno y, en particular, por los líderes carismáticos, a fin de crear apoyo para reformas de la administración pública y/o la introducción de nuevas políticas económicas y sociales.

El lenguaje populista es frecuente y efectivo en etapas sociales de desilusión, cuando aparece ligado a la antipolítica, según esta autora. Es utilizado por líderes carismáticos que se aprovechan del descontento para alentar a las masas y, así, conseguir que triunfen sus propuestas.

A menudo los líderes populistas son outsiders y hacen gran hincapié en su oposición al establishment. Con frecuencia prometen “devolver el poder a la gente”. Pero esos líderes enfrentan una contradicción potencial una vez en el gobierno. ¿Cómo pueden ser anti-establishment y en forma simultánea estar en el poder? (*idem*, p. 152)

Este instrumento prendió en el movimiento social de los Indignados, que se extendió por toda Europa y parte de América y dio lugar, en el caso de España, a la aparición de nuevos partidos, como Podemos⁷:

en el caso de los líderes que sustentan el poder, los que están en el gobierno, el populismo radica en la relación “de identidad fundamental entre la persona del líder y su proyecto político”.(*idem*, p. 153)

Campus considera que este tipo de discurso puede prender y contaminar todo el discurso político general.

El líder se presenta como alguien cercano al pueblo, surgido de entre ellos.

Uno de los rasgos más típicos de los líderes populistas es el intento de presentarse a sí mismos como hombres comunes, aun cuando en realidad se hayan beneficiado de una educación elitista y del bienestar económico. (*idem*, p. 154)

Albert Rivera, líder de Ciudadanos en 2019, por ejemplo, utilizó para su última campaña su imagen como padre, divorciado, escribiendo una carta a su hija: “a mi hija Daniela”, como símbolo de todos los españoles. Frecuentemente aludía al trabajo de su padre como autónomo. Inés Arrimadas (Ciudadanos) cita sus orígenes andaluces, a la vez que su trabajo en Cataluña. Teresa Rodrí-

7 Cfr. Alcaide Lara (2019) sobre el discurso populista de Ciudadanos y Podemos.

guez (Adelante Andalucía) se presenta como profesora de secundaria y mujer de Kichi, apelativo con el que se conoce a su marido, alcalde hoy de Cádiz. Este término familiar es el empleado por periodistas y políticos. Es una estrategia de acercamiento extrema, pero eficaz.

Los nombres de los nuevos partidos también se orientan en la misma dirección. *Vox* se asocia con la voz del pueblo, que ahora es escuchada, y *Ciudadanos* encarna ese ideal de ser portavoz del hombre de la calle. *Podemos*, acción en plural y en presente (aserción), encarna el poder del votante. Es un mensaje de esperanza que tuvo mucho eco en los españoles decepcionados de la política. Cambia el paradigma (o se vende como tal): de una élite de gobernantes a una puerta abierta a cualquier ciudadano. El votante se dice: “El político es igual que yo, usa Twitter como yo, me habla como uno más de la red”.

Como vemos, partidos de uno y otro signo se apuntan a la estrategia fácil y simplista que compra el usuario sin pensar mucho. Mientras más simple, más fácil es que prenda. Lo tenemos en el discurso de Trump, que simplifica o miente, y aun así gana elecciones. Parecería que el ciudadano prefiere mensajes directos y sencillos, que las situaciones difíciles se atenúen de modo que pueda entenderlas y vea una solución, o que se le promete una solución, aunque sea falsa.

3.4. El populismo como argumento de ataque entre partidos

La percepción del populismo es muy variada. Es muy curioso ver qué consideran los usuarios populismo, ya pertenezcan a la clase política o no. Por ello, vamos a centrarnos en los mensajes de políticos españoles relevantes para ver en qué sentido emplean este término, y cómo reaccionan los ciudadanos que intervienen en redes. Estos últimos son los que más utilizan el término. En todos ellos la visión es negativa y constituye una acusación dirigida a políticos de todo signo. Por ejemplo, en Twitter, como reacción a un tuit de Cayetana Álvarez de Toledo (PP), se define populismo como “Absolutismo moderno, 2.0”, una versión más de una dictadura de la voluntad popular.

TW 2020 ene ALV 14/01

Cayetana Álvarez de Toledo:

El voto como eximente del delito.

¿Lo dirían de un presidente condenado por corrupción?

[imagen de Pablo Iglesias en Antena 3]

Usuario 1 (sin identificar):

Y he ahí queridos amigos... el *populismo*. (La voluntad popular está por encima de la ley. Es el absolutismo 2.0)

En un comentario a un mensaje de Cayetana sobre Monedero, otro usuario pone las claves: que vayan mal las cosas es la condición para que prenda el populismo:

TW 2020 mar ALV 20/03

Cayetana Álvarez de Toledo:

“«He amanecido con un Orinoco triste paseándose por mis ojos. Querer a Chávez nos hace tan humanos, tan fuertes.»

[enlace a un tuit de Juan Carlos Monedero con el comentario: “@IdiazAyuso y el .@PPopulares han cerrado camas y habitaciones en la pública para medicalizar hoteles de sus amigos y derivar pacientes a la privada. ¿Creíais que no iban a hacer negocio con la crisis? ¿Ya habéis olvidado lo que robaron en la anterior? Qué jeta eres Ayuso. Twitter. com/Emilio_Silva_/...”]

Usuario 1 (hombre):

Como es posible que sea tan sinvergüenza el tipo ese. *El sabe que cuanto más miseria, más sufrimiento, más caos....mejor funciona el populismo*. Y van ganando, ojo

En otros casos se critica como populismo la tendencia constante a la confrontación:

TW 2020 abr ALV 09/04

Cayetana Álvarez de Toledo:

Adriana Lastra boicotea los Pactos de la Moncloa de Pedro Sánchez.

Usuario 1 (sin identificar):

Ustedes tienen que resituar su relato! Dejen de seguir los ruidosos a la par que absurdos discursos del partido de Abascal y demuestren su patriotismo de una manera veraz mas adecuada a sus actos y mas alejada del *populismo* histórico de quien se sitúa fuera de la realidad.

TW 2020 ene ABA 17/01

Santiago Abascal:

¡Vaya, una valla más alta! Casi el muro de VOX. No son más cínicos porque no se entrenan.

[enlace a un tuit de El Diario.es con el comentario: “El Gobierno aumentará la altura de las vallas de Ceuta y Melilla en un 30%.”]

Usuario 1 (hombre):

Claro, por eso copiar a Trump es porque en ya hay vallas que separan las fronteras. Cambiar una valla por un muro para ser como Trump es, *populistas*

O se liga a la emoción, cuando se utilizan temas sensibles como la salud:

TW 2020 abr ALV 09/04

Usuario 1 (sin identificar):

Porque funciona. Aunque siempre esta el egoísta de turno que hace *populismo* del virus y se cree esencial saliendo y jodiendo a las familias enteras q estamos confinados con niños y viendo por la tele a estos parásitos amigos de la oposición destructiva y no resolutive

Respirar

Otros usuarios en sus comentarios lo ligan a la falsedad o la falta de criterio que hace cambiar, acomodaticamente, de opinión:

TW 2020 ago ALV 18/08

Usuario 1 (hombre):

Llevas tiempo haciéndole el juego a VOX.

Yo por tu sueldo estoy hasta las 9 de la noche. Menos *populismo* y más realidades

Los usuarios reclaman que se les diga la verdad y lo hacen a veces con tono airado:

TW 2020 jul SAN 29/07

Pedro Sánchez:

Las prioridades de Europa son también las de España. Retomaremos el crecimiento sobre bases más sólidas y sostenibles. Construiremos un país más fuerte, más competitivo impulsando la transición ecológica, la digitalización, la igualdad de género y la cohesión social y territorial

[vídeo de una intervención de Pedro Sánchez en el Congreso]

Usuario 1 (mujer):

Las prioridades de los españoles es que dejéis el *populismo* ya y nos digáis la verdad

TW 2020 feb IGL 10/02**Pablo Iglesias:**

El compromiso de este Gobierno con los derechos de los niños y niñas se traducirá pronto en una ley integral de protección de la infancia y la adolescencia con capacidad de convertir a España en un referente en todo el mundo. Me gustaría que se conociera como la ley Rhodes.

[vídeo de una entrevista de Pablo Iglesias en ARV]

Usuario 1 (hombre):

Excepto de las niñas tuteladas en Baleares, las cuales ni @PSOE ni @PODEMOS quieren que se abra investigación. Os dan igual las mujeres y niños. *Populismo* y chiringuitos. Sois cinismo puro!!

Con Podemos la legislatura es de: corrupción, mentiras, manipulación, violación de los DDHH, *populismo*, demagogia y por último y lo más grave, de desintegración de España.

En Twitter se acusa de populismo a todos los representantes políticos, como recoge la siguiente tabla, en la que hemos documentado las siguientes ocurrencias de *populismo* /*populista* en el *corpus* recopilado, desde enero a agosto de 2020.

Tabla 1. Ocurrencias de *populismo* /*populista*

Político (Partido)	Populismo	Populista	Total Partidos
Sánchez (PSOE)	68		88
C.Calvo (PSOE)	20		
Iglesias (Podemos)	56	1	101
Montero (Podemos)	44		
Arrimadas (Ciudadanos)	41		69
Bal (Ciudadanos)	28		
Casado (Partido Popular)	47		79
Alvarez de Toledo (Partido Popular)	32		
Abascal (Vox)	0	2	2
Monasterio (Vox)	0	0	

Es llamativa la ausencia de calificaciones de populismo por parte de los usuarios que comentan los mensajes de Vox. El gráfico siguiente muestra el contraste entre partidos:

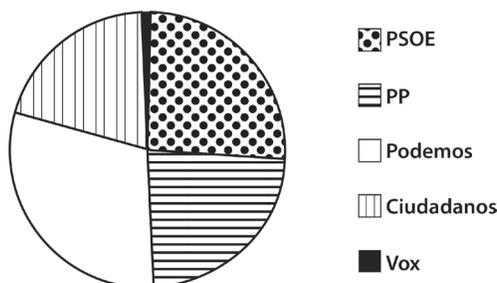


Gráfico 1. El contraste entre partidos

4. El discurso populista

El discurso es un factor importante en la construcción del populismo ya que este fenómeno no se limita a las acciones: aparecer en determinados eventos, reunirse con ciertas personas... Afecta a las ideas y sobre todo a cómo se propagan esas ideas. Esta estrategia al servicio de un fin ideológico debe cumplir ciertas condiciones:

a) Llegar a todos. La extensión del mensaje es fundamental. Afecta a la fuente de la argumentación⁸ (la comunidad) y al contenido: Argumentos de generalidad que son aceptados y afectan a todos: “Todo el mundo piensa, sabe que...”. El medio más oportuno de comunicación son las redes sociales: actualidad, sencillez, rapidez, llega a todo el público.

b) Mensaje de confrontación: buenos contra malos. Simplificación.

c) Exaltación. Argumento emocional. Intensificación.

d) Mesianismo: construcción del líder

e) Persuasión en nivel alto.

Para dibujar la anatomía del populismo debemos contar con varios conceptos que se intersectan: inmediatez, generalidad, simplificación y emoción. Todos estos ingredientes auguran una gran extensión y una rápida aceptación por parte de un público poco formado y variado. Con ellos se produce un mensaje que se caracteriza por cómo construye el político su argumentación para persuadir, más que para convencer. Por ello la inmediatez y la proyección de una imagen brillante y exitosa son fundamentales.

⁸ Cfr. Fuentes & Alcaide (2002)

En cuanto a la construcción de la argumentación, nos vamos a centrar en dos puntos (interconectados) que justifican las acusaciones de populismo:

- una argumentación falaz
- el uso de la emoción y la autopresentación de una imagen positiva (Fuentes Rodríguez 2016) como estrategias para conseguir la aprobación del pueblo y la identificación de este con el líder.

4.1. Argumentación falaz

La argumentación empleada por el político o usuario no cumple con los estándares y hace uso en ocasiones de falacias. Se presenta una argumentación incompleta o incorrecta por diversos motivos:

a) Falsedad: violación de la máxima de calidad. Se emplean argumentos no constatados, tomados de la calle, con amplio respaldo, aunque no sean verdad: “usted miente, usted no defiende al país”.

b) Mala construcción: argumentos envolventes o dinámicas argumentativas confusas que manipulan. Faltan pasos en la estructura argumentativa. Se pasa de lo particular a lo general sin topoi que lo justifique.

Se manipula por adjudicar una valoración de objetividad a lo que es pura opinión. Así ocurre con el manejo de los datos, la apariencia de cientificismo, el uso de tecnicismos o los saltos en la argumentación (*Post hoc propter hoc*, Plantin 1998).

c) Simplificación: se tratan temas básicos, que afectan a todos los individuos (salud, vida, bienestar, patria) y con los que el líder se asegura la atención y aquiescencia del ciudadano.

d) El uso manipulador del “pueblo”. Para ello aluden constantemente a él. Se presentan como defensores del ciudadano... La clave del éxito radica en la misma simplificación de la que hablábamos: el político (profesional, entendido) usa los mismos argumentos que el pueblo para destruir al poder. Por tanto, el pueblo siente que tiene razón, se ve empoderado. Se le hace creer que sus problemas son importantes y que es más perspicaz que el político en el gobierno. La manipulación radica en que este discurso intenta fascinar, persuadir, al votante. Es una estrategia más del político para derrocar al poder o al partido contrario usando al ciudadano. El pueblo es el ejército que emplea para sus fines partidistas. Consideran que esta actuación está legitimada porque en “la política, como en la guerra, todo vale”.

Podemos ilustrar estas afirmaciones con el siguiente tuit:

TW 2020 ene ABA 05

Santiago Abascal: 5 de enero de 2020. Los socialistas aplaudiendo a los herederos de ETA una vez que obtienen desde la tribuna el salvoconducto de la banda. Pedro Sánchez y el PSOE ya han cruzado todas las líneas rojas de la democracia y de la dignidad. La traición galopa a lomos del socialismo.

[vídeo de varios diputados en el Congreso aplaudiendo]

Esta argumentación se construye sobre esta base:

Aplaudir a ERC = aplaudir a ETA —————▶ aceptación del terrorismo de ETA

Conclusión: van contra la democracia y la dignidad. --- Son traidores

La falacia radica en que se convierte un acto concreto (aplauzo por el apoyo de ERC a la investidura de Pedro Sánchez) en una aceptación del terrorismo de ETA, dos hechos que no están relacionados de manera directa, sino colateral: ERC es un partido independentista y Eta buscaba la independencia. No se tiene en cuenta que ERC es un partido político de Cataluña, no una banda terrorista, y que no todos justifican esos hechos. A partir de ahí se llega a la conclusión de traición.

Para conseguir esa tergiversación basada en la ideología se presentan imágenes (aplauzo) para que los receptores, sobre todo partidarios de su grupo, lleguen de manera rápida (una imagen vale más que mil palabras) a la conclusión que quieren obtener. El populismo utiliza aspectos emotivos, temas sensibles como el terrorismo y exagera todo llevándolo a los extremos. La argumentación es simple, no admite contraargumentos, ni objeciones, ni reserva. Esta hipersimplificación va en línea con el mensaje en redes, en Twitter, que permite pocos caracteres, es directo y llega a todos, sin necesidad de detenerse a pensar.

La argumentación de Pablo Casado, líder del PP, partido de derechas situado en la oposición, persigue el mismo objetivo: atacar la acción del gobierno para destruir su imagen y conseguir un cambio. Ya hemos dicho que el populismo crece en las situaciones duras. “Mientras peor, mejor”. Así se muestra en el siguiente tuit. He incluido la reacción de un usuario que clarifica perfectamente el sentido populista de su intervención.

TW 2020 jul CAS 02/07

Pablo Casado:

El paro sube en junio por primera vez desde 2008, un 28% más que hace un año. La Seguridad Social pierde en un año 893.360 afiliados. Hay 24.240 mujeres más en paro y los contratos indefinidos son solo el 9,9%. No se entiende el triunfalismo del Gobierno con estos pésimos datos.

Usuario 1 (sin identificar):

Que alguien le explique a este “casi-persona” el momento histórico que estamos viviendo. Deje de hacer *populismo* barato y haga algo constructivo. Si puede claro.

Pablo Casado utiliza datos cuantificados, lo que implica que está bien informado. Esto imprime legitimidad a los argumentos. Estos datos, además, se refieren a áreas sensibles para el ciudadano, que preocupan a todos, porque el aspecto económico influye en la vida de todos los ciudadanos.

Su argumentación se organiza en torno a estos argumentos:

- Sube el paro, un 28%
- La Seguridad social pierde en un año 893.360 afiliados.
- Hay 24.240 mujeres más en paro
- y los contratos indefinidos son solo el 9,9%.

Conclusión: la situación es pésima.

Conclusión de esta primera subconclusión: El gobierno no debe ser triunfalista (se infiere la crítica al gobierno).

¿Dónde radica la falacia?

a) Primero, como dice el usuario 1, no se tiene en cuenta el marco argumentativo, la situación en la que estamos (situación de pandemia). Por tanto, se presentan como datos absolutos los que deben ser regulados por la situación en la que se producen. El topos que actúa para valorar si son malos tiene un correctivo por los meses de inactividad debido a una situación sanitaria. Ese complemento sería un regulador contextual.

b) Además, se presentan como argumentos del mismo peso en acumulación lo que son argumentos específicos derivados de uno general. La subida del paro genera la pérdida de afiliados y mayor número de mujeres sin trabajo. Pero ¿por qué hablar de las mujeres en concreto y no de todos los empleados? Por electoralismo, para atacar al gobierno en sus políticas sociales y porque se considera un grupo menos favorecido (emoción). Quieren provocar la conclusión: despiden a las mujeres, no cuidan a las mujeres, lo que implica que

no siguen las reglas de igualdad. Hacen contratos basura (de ahí lo de *sólo* el 9,9%). Se presenta como insuficiente esta valoración escalar (*solo* operador).

c) Frente a no presentar el momento en el que se sitúa esta información como relevante, sí lo añade en el primer argumento: Sube el paro “por primera vez desde 2008”.

La misma dinámica encontramos en representantes de otros partidos. Nos acercamos ahora a mujeres, concretamente a Inés Arrimadas, de Ciudadanos, una mujer de centro (según reivindican) para ver otra estrategia:

TW 2020 ene ARR 04

Inés Arrimadas:

Después de entregar medio Gobierno al *populismo*, de ver los pactos de Sánchez con PNV, ERC o BNG y de soportar las humillaciones de Rufián, ¿no hay ni un solo socialista valiente dispuesto a frenar a Sánchez para abrir la vía constitucionalista? ¿Ni uno? [vídeo con cortes de una intervención de Inés Arrimadas en el Congreso de los Diputados]

Su argumentación se establece recurriendo a la emoción y la intensificación, del siguiente modo:

PSOE entrega la mitad del gobierno al populismo (porque Podemos es populismo – un axioma que da por supuesto) + pacta con independentistas

--- Conclusión: Sánchez es anticonstitucionalista y sus partidarios no lo frenan.

Esta conclusión se convierte en argumento de otra conclusión inferida (a partir de “no hay un solo valiente”): son todos cobardes

Utiliza informaciones como axiomas no demostrados: “Podemos es populismo”. El pacto con los partidarios del independentismo no se presenta como una acción puntual, sino como un abandono de la Constitución (esto no se demuestra y es un salto muy grande que va de lo particular a la conclusión general). Para la conclusión utiliza las formas indirectas, la interrogación retórica, con la emoción como intensificador. Además, emplea la repetición y operadores escalares como *ni, un solo*.

Terminamos con una argumentación más compleja donde detectamos varios casos de falacia.

TW 2020 ener IGL 4/01**Pablo Iglesias**

Cualquiera puede tener un calentón en un debate político pero bromear sobre la discapacidad de un rival no es aceptable. Creo @pablocasado_ que debes pedir a tu diputado que se disculpe y retire el tuit. La dignidad del Congreso y el respeto que nos debemos lo requiere

[imagen de un tuit con la siguiente interacción:

Pablo Echeñique: Como Abascal no suba a la tribuna con pistola, no sé cómo va a superar a Casado.

Dante Pérez Berenguer en respuesta a Pablo Echeñique: La pregunta es: ¿Y tú, cómo vas a subir?]

Se incluyen en este tuit 3 movimientos argumentativos interconectados: el de Pablo Echeñique (PE), que provoca el de Dante Pérez Berenguer (DPB) y este, a su vez, provoca el de Pablo Iglesias (PI).

PE: conclusión: para superar Abascal a Casado --- argumento: debe subir a la tribuna con pistola.

El argumento presentado es el único que considera PE que llevaría a esa conclusión. Hay elementos argumentativos como la modalidad en *no sé cómo*, así como la condicional antepuesta como única condición suficiente para llegar a esa conclusión.

La inferencia que surge de este ataque, algo frecuente en la argumentación política, es: “Abascal no puede superar a Casado. Ambos son extremistas. Solo utilizar un golpe militar serviría” (con la inferencia a su vez de que Abascal admitiría o justificaría dicha acción).

Evidentemente, esto es ofensivo y provoca la reacción de DPB. Sin embargo, el argumento empleado por DPB no es político, como los demás. Se produce un salto de lo profesional, ideológico, a lo personal y, concretamente, a la discapacidad de esta persona. Es un argumento *ad hominem* que, además, choca con la deslegitimación ética del topos empleado. El cambio de marco argumentativo también provoca un choque que hace la argumentación más visible, exitosa, pero claramente daña la imagen y la identidad de la persona PE, no solo del candidato PE. Resultado: se rechaza. El enfrentamiento ideológico se permite entre políticos, pero no el personal.

Esta reacción provoca el tuit de PI, que se basa precisamente en este aspecto rechazable.

Cualquiera puede tener un calentón en un debate político pero bromear sobre la discapacidad de un rival no es aceptable. Creo @pablocasado_ que debes pedir a tu diputado que se disculpe y retire el tuit. La dignidad del Congreso y el respeto que nos debemos lo requiere

Hay dos argumentos antiorientados unidos por *pero*, lo que demuestra que informativamente la dirección predominante es la del segundo (Ducrot 1984; Fuentes Rodríguez 2015). El primero llevaría a la conclusión: “es disculpable su comportamiento”, mientras que el segundo indica que no es aceptable. Sin embargo, se presentan de manera genérica y no personalizada: *cualquiera...*, como información general. Se utiliza el término *calentón* para quitar importancia a la ridiculización de una persona discapacitada. Además, utiliza el término *rival* con un contenido claro de enfrentamiento. Lleva el tema al campo de la oposición ideológica. Une, por tanto, dos campos de referencia, dos topoi que son incompatibles: la discapacidad y el enfrentamiento político.

Con estos dos argumentos, sobre todo con la orientación del segundo, llega a la conclusión que expone de manera atenuada (*creo*), aunque esta forma de opinión no rebaja del todo lo dicho, sino que en el discurso político tiene un claro valor intensificador de la aserción (Fuentes Rodríguez 2010). Se dirige al líder del partido para que solicite al diputado que se disculpe y retire el tuit. Y usa para ello un enunciado que actuaría como topoi, ya que su campo de acción es general. El fundamento en el que se basa es la legitimación ética del comportamiento en el congreso: “La dignidad del Congreso y el respeto que nos debemos lo requiere”.

De nuevo hay que detenerse en los términos empleados. Frente a una reacción emotiva de rechazo intensificado, con expresiones coloquiales y exclamaciones, PI utiliza frases asertivas, algunas atenuadas. Utiliza términos como *pedir*. Léxico como *dignidad*, *respeto*, *aceptable* insisten en lo ético, frente a *bromear*. Este último término junto a *discapacidad* actúa como modificador desrealizante (Fuentes & Alcaide 2002), cambiando la dirección de la argumentación: Si *bromear* es un término positivo, provoca inferencias negativas cuando se aplican a *discapacidad*. Además, parecen antagonísticos o rechazables en su unión.

La exigencia en *requiere*, como algo reclamable desde el punto de vista administrativo y no opinable, deja fuera de discusión lo que plantea. La RAE en su primera acepción indica para *requerir*: 1. tr. Intimar, avisar o hacer saber algo con autoridad pública.

Todo contribuye a proporcionar el tono asertivo serio que, al oponerse a la broma, adquiere más fuerza en la crítica (más legitimidad y autoridad). Y le proporciona el tono institucional deseado y la autoridad.

4.2. La emoción

El argumento emotivo es considerado una falacia (Fuentes Rodríguez 2020b; Hamblin 1970; Van Eemeren & Grootendorst 1992, 2004) porque no sigue criterios de razonamiento lógico, sino que apela a los sentimientos. A pesar de su inadecuación es el más fácil de emplear y el más frecuente. De ahí esa simbiosis entre falacia y populismo.

Lo encontramos de manera frecuente en las reacciones contra Álvarez de Toledo, Santiago Abascal y Casado. Muchas de las acusaciones de estos van dirigidas a los actos o discursos de los miembros del gobierno que explotan esa cercanía a los grupos desfavorecidos o que pasan por problemas. También aparece en las reacciones a los tuits de Pedro Sánchez. El acercamiento al pueblo se utiliza como argumento arrojadizo. El usuario se dice: “Está legitimado cuando lo hace el líder de mi partido, pero no cuando lo hace otro”.

Entre los instrumentos usados por el populismo está el enfrentamiento exacerbado con dos fines: a) construir su imagen de liderazgo y b) destruir la del contrario. En la primera se utiliza al “pueblo”, al grupo, a los votantes, y sus necesidades como argumentos del discurso. El político se preocupa de ellos.

En la segunda se acusa al otro de populismo, como equivalente de discurso vacío, promesas sin fondo, de querer conseguir los votos vendiendo humo.

TW 2020 abr IGL 22/04

Pablo Iglesias:

Hoy una diputada de VOX me ha preguntado por el Ingreso Mínimo Vital, que su partido ha calificado públicamente como “paguita”.

Aquí mi respuesta

[intervención de Pablo Iglesias en el Congreso]

Usuario 1 (sin identificar):

PAGAD LOS SUELDOS A LA GENTE DE LOS ERES!! LLEVAN MES Y MEDIO SIN COBRAR! Y DEJAD EL *POPULISMO* BARATO!

Puede ser usado por la oposición para reforzar su liderazgo en este campo, o por los miembros del gobierno para reforzar su posición y vencer al candidato contrario.

La emoción afecta al contenido y a la forma. Generalmente se usan *temas sensibles* que llegan al votante porque se refieren a necesidades básicas, a valores universales o a sentimientos. Así, alusiones a la salud, a la vida, a la igualdad, a la solvencia económica, a los niños, discapacitados o mujeres, suelen ser argumentos potentes. Igualmente, la seguridad del pueblo, frente al terrorismo o la violencia.

La *forma* para envolverlo y potenciar su efecto persuasivo puede ser recurrir a la modalidad o valoración: enunciados exclamativos, léxico afectivo, operadores de intensificación, plural inclusivo, entonación elevada (como en el ejemplo anterior)... Veamos algunos ej.

TW 2020 feb SAN 13/02

Usuario 1 (sin identificar):

Si no ha sido el #coronavirus, que ha sido Pedrito??

Las alianzas con los separatistas y etarras, quizá?

Que formas gobierno con el *populismo*???

Es frecuente en la argumentación calificar como populismo la alusión a grupos desfavorecidos. Por ejemplo, Pedro Sánchez usa ese tema, que llega a todo el mundo, para elaborarse una imagen positiva, pero esto también es rechazado como populismo por los usuarios.

TW 2020 mar SAN 02/03

Pedro Sánchez:

De nuevo una mujer asesinada. Esta vez en Posadas, Córdoba. Ya son 1047 las víctimas de la #ViolenciaMachista desde 2003 y estamos hartos, hartas de contarlas.

No descansaremos hasta erradicar el machismo de nuestra sociedad. Todo mi cariño para su familia y amistades.

[enlace a un tuit de la Delegación del Gobierno contra la Violencia De Género con el comentario: Confirmamos el asesinato por #ViolenciaDeGénero de una mujer de 67 años asesinada presuntamente por su cónyuge en la provincia de #Córdoba.

El número de mujeres asesinadas por violencia de género asciende a 14 en 2020, y a 1.047 desde 2003.

#NosQueremosVivas #NiUnaMenos"]

A veces PS nombra directamente a las personas que han sido asesinadas. Sin embargo, los usuarios lo consideran populista e hipócrita, como podemos ver a continuación.

Usuario 1 (sin identificar):

Con los tweet no haces nada solo *populismo* y los borregos que te siguen aplauden, pero verdaderamente no estáis haciendo nada por ellas, el dinero no les llega por tanto lo byes que se lo quedan.

No te das cuenta que la ley no sirve? Y los niños? No crean lobby es? Hipocresia

PS nos dice “estamos hartos, hartas de contarlas”. En español no hace falta ese doblete, que es puramente ideológico y populista en este contexto.

Pablo Casado, jefe de la oposición, cuyo rol consiste en atacar al gobierno, busca minar su credibilidad y ganarse al pueblo. En el siguiente tuit se dirige a los autónomos, que lo están pasando mal durante el confinamiento. El usuario narra claramente por qué lo considera populismo. No olvidemos la situación de alerta sanitaria que está viviendo el país y el mundo:

TW 2020 abr CAS 01/04

Pablo Casado:

Pedimos suprimir las cuotas a autónomos y la obligatoriedad de impuestos en estado de alarma, ampliar el plazo de prestación a 3 meses y finalizar los ERTes un mes después del estado de alarma, y bajar el umbral para ser colectivo vulnerable del 75 al 40% de caída de actividad.

[vídeo de varias personas abriendo sus negocios y mensajes referentes a la cuota de autónomos]

Usuario 1 (mujer):

El PP pide menos ingresos públicos y más gasto. Casado está aburrido y se reúne con colectivos afectados para prometerles el oro y el moro sabiendo q él no tiene ninguna capacidad de gestión. También pide mayor retribución al personal sanitario, ahora q no gobierna él. *Populismo*.

Casado hace una propuesta en Twitter, cuando el sitio de discutirlo es el Congreso. Lo da por hecho, aunque él no tiene autoridad para que tenga efecto, y menos en este foro. El siguiente también es claro en este sentido.

TW 2020 abr CAS 02/04

Pablo Casado:

Propongo que los trabajadores de los sectores esenciales no paguen impuestos ni cotizaciones sociales durante el estado de alarma.

Merecen su sueldo bruto por su gran esfuerzo y riesgo de contagio trabajando mientras los demás estamos confinados.

Merecen aplausos y más sueldo

[vídeo de una intervención de Pablo Casado en el programa de Ana Rosa]

Usuario 1 (sin identificar):

Populismo puro y duro. Estamos trabajando, yo no quiero mi sueldo bruto, quiero q con mis impuestos se ayude a los demás.

La ventaja en las redes sociales es que un tuit provoca un efecto en cadena en los usuarios y genera reacciones a favor y en contra. En estas es fácil llegar al insulto. Por ejemplo, en este tuit de Abascal que citamos anteriormente:

TW 2020 ene ABA 05

Santiago Abascal:

5 de enero de 2020. Los socialistas aplaudiendo a los herederos de ETA una vez que obtienen desde la tribuna el salvoconducto de la banda. Pedro Sánchez y el PSOE ya han cruzado todas las líneas rojas de la democracia y de la dignidad. La traición galopa a lomos del socialismo.

El líder usa las redes sociales emitiendo un mensaje que sabe va a exacerbar los ánimos en las redes y producir comentarios. Así provoca a sus seguidores. Ellos van a reaccionar y extender sus mensajes, van a hacer el trabajo de popularización, de llegar al pueblo.

¿Cómo lo hace? Recurre a la realidad compartida y a un tabú social: el terrorismo de ETA. El lenguaje es bélico: *salvoconducto*, *cruzar las líneas rojas*, *traición*. La imagen resultante es construir un enemigo. Y, en consecuencia, SA aparece como el defensor del país. Los comentarios que siguen lo demuestran. Podemos ver claros ejemplos del uso de la emoción en beneficio propio. SA es líder de VOX, partido de extrema derecha que ha irrumpido con fuerza en la política nacional. Se disputa con el otro partido de la derecha el liderazgo de este espacio político. Ellos eligen una estrategia más beligerante y radical para diferenciarse del PP. En octubre, tras la moción de censura, dice el portavoz en

el Congreso: “Vox no se ha quedado solo. Solo está Vox”, excluyendo al PP. Es un juego de palabras con gran efecto.

Las reacciones de los usuarios no se hacen esperar y son claramente emotivas.

Usuario 1 (hombre):@Santi_ABASCAL

El PSOE debe desaparecer. *Que asco de gente.*

Usuario 2 (no identificado):@Santi_ABASCAL

Nadie hizo tanto daño a España, como esta *gentuza* de 🗿, todo en su propio beneficio, votados por estómagos agradecidos o ignorantes abducidos sin criterio propio, a los q les han inculcado el miedo y odio a la derecha y no ven el infierno d la dictadura comunista a la q nos llevan(Cara enfadada)

Usuario 3 (hombre):@Santi_ABASCAL e @usuario4

Algunos que vivimos lo que *estos asesinatos* hicieron al pueblo Español, pensábamos que no viviríamos jamás un espectáculo tan vejatorio.

El @PSOE a escupido en la tumba de sus propios integrantes, que murieron a manos de estos herederos de ETA

Memoria histórica

Usuario 5 (no identificado):

A ver si te enteras de que es un video MANIPULADO si, tu querido Abascal *te miente en toda tu cara.*

Usuario 4 (hombre):

Querido *Ser mononeuronal,*

Que te hayan contado en la sexta, como en mil ocasiones, que esto o aquello es manipulación, fascismo y bla, bla, bla, no significa que el resto del mundo tenga tu capacidad mental

Tomate el cola cao con galletas, y reza al amado líder tu plegaria

Usuario 6 (no identificado):@Santi_ABASCAL

Exactamente como en el 36 y exactamente los mismos imbéciles

Usuario 7 (no identificado):@Santi_ABASCAL

Hoy casi 900 víctimas de ETA estarán revolviéndose en sus tumbas, esto es lo último que quedaba por ver, Los Socialistas que también sufrieron asesinatos de ETA aplaudiendo a la Rama política de ETA. No tienen dignidad, ni vergüenza, ni respeto.

Usuario 9 (mujer):@Santi_ABASCAL e @jaimeberenguer
 Cómo pueden aplaudir. No hay un diputado honrado en el PSOE?

En los usuarios aparece: *qué asco de gente, gentuza de mierda, estómagos agradecidos* (metonimia) o *ignorantes abducidos* (en vez de convencidos), con léxico valorativo e insultante. Alguno recurre a la ironía: *reza al amado líder tu plegaria*. El amado líder se presenta como un Dios, pero se coloca junto al *colacao con galletas*. La inferencia es la de un comportamiento infantil. Se provoca, así, enfrentamientos entre los propios usuarios. De este modo, se consigue mucho eco, enardeciendo los ánimos.

La referencia a los hijos es un tema universal que provoca reacciones emocionales y puede nublar la razón, permitiendo un uso manipulador. Así el famoso “pin parental” o derecho de los padres a elegir qué se les enseña a sus hijos (no los profesores ni el plan del centro). El topos en el que se sustenta es la pertenencia de los hijos a los padres, como objetos poseídos.

TW 2020 ene ABA 18

Santiago Abascal:

“Los hijos no pertenecen a los padres”. ¡Claro! Nuestros hijos pertenecen al Estado, o peor aún: al PSOE o a Podemos. Pretenden arrebatar a las familias la patria potestad sobre los hijos. Este es un gobierno de perturbados y totalitarios.

[enlace a una noticia de El Mundo con el titular “Educación. El Gobierno contra el pin parental: “Los hijos no pertenecen a los padres”]

Aquí encontramos una manipulación clara, basada en los sentimientos. La conclusión falsa es: “Los hijos no pertenecen a los padres”. Ponen el énfasis en *pertenecer*, lo aplica a personas (según la RAE se aplica solo a cosas). Además, propone una conclusión no demostrada: los hijos pertenecen al Estado o, peor aún, a Psoe y Podemos, dos partidos políticos. Y con ello llega al insulto: es un gobierno de perturbados y totalitarios. SA descontextualiza la información y la manipula poniendo una conclusión falsa.

Otro tema emotivo, políticamente candente, es el de la igualdad entre hombres y mujeres. Abascal ridiculiza en este tuit a los partidarios de dicha igualdad, basándose en unas declaraciones de Carmen Calvo.

TW 2020 ene ABA 23.**Santiago Abascal:**

Si se hace, se hace bien: Congressa de las diputadas. No pueden ser más ridículos y ridículas.

[enlace a un tuit de @elespanolcom en el que aparece un vídeo de unas declaraciones en La Ser de Carmen Calvo, Vicepresidenta del Gobierno, con el comentario “Sería muy correcto que el Congreso de los Diputados se llamara solo #Congreso, igual que el Senado. Si no, a ver qué hacemos allí las #diputadas”]

En él un argumento personal se emplea para conseguir acercamiento y legitimidad en los mensajes. Carmen Calvo alude a su propio sufrimiento como víctima del Covid 19 para provocar la solidaridad y empatía del lector:

TW 2020 may CAL 07/05**Carmen Calvo:**

He tenido que mirar al coronavirus de frente, he sentido lo que mucha gente siente: miedo, inseguridad, dolor por los fallecidos. Creo que es el momento de arrimar todos el hombro, es una oportunidad para cambiar muchas cosas, hay que rehumanizar la sociedad.

En @Desayunos_tve

[imagen de un momento de la entrevista en Los Desayunos de TVE”]

Usuario 1 (sin identificar):

Populismo nivel Dios.

La verdad es que nos suda los cojo... lo que piensas y pasaste.

Demagoga.

Arrimadas recurre a otra emoción: reta a los diputados socialistas a reaccionar contra su líder, como vimos más arriba: “¿no hay ni un solo socialista valiente dispuesto a frenar a Sánchez para abrir la vía constitucionalista? ¿Ni uno?”. El usuario 76 utiliza el mismo procedimiento en un enfrentamiento agresivo. Toma la voz de la representante de Ciudadanos e incluye ataques *ad hominem*, ridiculizándola. Es una intervención totalmente descortés e insultante.

TW 2020 ene ARR 04**Usuario 76 (no identificado):**

@InesArrimadas

Después de ver mi actuación de #ChoniPoligonera hoy en el parlamento y soportar risas, burlas y humillaciones de toda España, me pregunto: ¿no hay ni un solo de @ CiudadanosCs valiente y dispuesto a frenar a Arrimadas para abrir la vía de la política NO populista? ¿Ni uno? ¿Miedo?

La emoción, como vemos, tiene un amplio campo de acción y resulta un procedimiento muy rentable ya que es fácil de entender por todos y pone en marcha los instintos básicos, anulando el razonamiento y la discusión. De ahí que su uso se considere falaz, aunque en la argumentación política actual esto no parece importar.

5. Conclusión

El sentido general de populismo como la conexión e identificación con el pueblo, luchando por sus derechos, deriva con facilidad a dos graves errores: la hipersimplificación de los mensajes para que lo entienda el ciudadano, el acceso a él a través de los sentimientos, y la construcción de una imagen que fascine. Pero rápidamente el objetivo pasa a subordinarse a la estrategia y a conseguir el objetivo de manera fácil. Esto implica un desplazamiento a la valoración negativa. Hablar de populismo en el discurso político español es una constante y siempre se utiliza como argumento de ataque hacia el otro. Esto lleva a analizar qué consideran populismo los usuarios de las redes sociales. En el estudio realizado en este trabajo tenemos que diferenciar lo que los políticos llaman populismo, y lo que los otros ven como tal. En el primer caso podríamos decir que todos los políticos usan las redes para llegar a todos los ciudadanos y conseguir el máximo de audiencia, buscan persuadir, fascinar a sus votantes y recurren fundamentalmente a una argumentación falaz, con errores en la construcción de la misma y el uso de falacias constantes, entre las que destaca la emoción. Y todos ellos consideran populista al contrario. Por tanto, populista es lo que hace el político de signo contrario.

Parecido es el empleo que los usuarios en sus comentarios hacen del término, sobre todo cuando opinan de manera distinta al político de turno. Califican como populismo prometer lo que no van a cumplir, presentarse de manera positiva, la ocultación de datos, el recurso a argumentos emotivos (alusión a

colectivos menos favorecidos, niños, mujeres, discapacidad, enfermedad, etc.), o presentarse de manera triunfalista. No están nada equivocados, como podemos comprobar. Por tanto, populismo se convierte en sinónimo de persuasión directa, que quiere llegar a todos sin importar la corrección de la misma. Pero ¿es esto ya argumentación o entramos en el campo de la manipulación?

Financiación

Este trabajo se ha realizado dentro del marco de dos proyectos de investigación: el proyecto Frontera P18-FR-2619, financiado por la Junta de Andalucía y fondos FEDER: “Macrosintaxis del discurso persuasivo: construcciones y operadores”. Y el proyecto FEDER Andalucía US- 1263310, sobre “Liderazgo femenino: estrategias comunicativas y proyección de imagen”.

Referencias

- Alcaide Lara, E. R. (2019). Discursos populistas en la política española actual: el caso de Podemos y Ciudadanos. In F. Sullet-Nylander, M. Bernal, C. Premat, & M. Roitman (Eds.), *Political Discourses at the Extremes: Expressions of Populism in Romance-Speaking Countries* (pp. 83-104). Stockholm: Stockholm University Press. DOI: <https://doi.org/10.16993/bax>
- Arundale, R. B. (2006). Face as a relational and interactional: a communication framework for research on face, facework and politeness. *Journal of Politeness Research*, 2(2), 193-216.
- Campus, D. (2010). El lenguaje populista en el poder. *Revista de sociología*, 24, 151-164.
- Charaudeau, P. (2009). Reflexiones para el análisis del discurso populista. *Discurso y Sociedad*, 3(2), 253-279.
- Chilton, P. & Schäffner, Ch. (2000). Discurso y política. In T. A. Van Dijk (Org.), *El discurso como interacción social* (pp. 297-329). Barcelona: Editorial Gedisa.
- Ducrot, O. (1984). *El decir y lo dicho*. Buenos Aires: Hachette.
- Engesser, S., Fawzi, N. & Larsson, A. O. (2017). Populist online communication: Introduction to the special issue. *Information, Communication & Society*, 20(9), 1279-1292. <https://www.doi.org/10.1080/1369118X.2017.1328525>
- Ernst, N., Engesser, S., Büchel, F., Blassnig, S. & Esser, F. (2017). Extreme parties and populism: an analysis of Facebook and Twitter across six countries. *Information, Communication and Society*, 20(9), 1347-1364. <https://www.doi.org/10.1080/1369118X.2017.132933>
- Freidenberg, F. (2007). *La tentación populista*. Madrid: Síntesis.

- Fuentes Rodríguez, C. (2010): La aserción parlamentaria: de la modalidad al metadiscurso. *13*, 97-126
- Fuentes Rodríguez, C. (Coord.) (2013). *Imagen social y medios de comunicación*. Madrid: Arco Libros.
- Fuentes Rodríguez, C. (2015). Pero, ¿cuál es su valor? *Philologia hispalensis*, *12*(1), 123-145.
- Fuentes Rodríguez, C. (2016). Descortesía, imagen social e identidad como categorías sociopragmáticas en el discurso público. In D. Dumitrescu & M. Bernal (Eds.), *Roles situacionales, interculturalidad y multiculturalidad en encuentros en español* (pp. 165-192). Buenos Aires-Estocolmo: Dunken.
- Fuentes Rodríguez C. (ed.) (2016). *Estrategias argumentativas y discurso político*. Madrid: Arco Libros.
- Fuentes Rodríguez, C. (Ed.) (2020a). *Persuadir al votante. Estrategias de éxito*. Madrid: Arco Libros.
- Fuentes Rodríguez, C. (2020b). Contextos discursivos de la argumentación emotiva. In C. Santibáñez (Ed.), *Emociones, argumentación y argumentos* (pp. 153-180). Lima: Ed. Palestra.
- Fuentes, C. & Alcaide, E. (2002). *Mecanismos lingüísticos de la persuasión*. Madrid: Arco Libros.
- Fuentes Rodríguez, C. & Alvarez Benito (Eds.) (2016). *A gender based approach to parliamentary discourse*. Amsterdam: John Benjamins.
- Gallardo Paúls, B. (2014). *Usos políticos del lenguaje: un discurso paradójico*. Barcelona: Anthropos Editorial.
- Gallardo, B. & Enguix, S. (2016). *Pseudopolítica: el discurso político en las redes sociales*. Valencia: Universitat de València.
- Goffman, E. (1967). *Interaction ritual. Essay on face-to-face behaviour*. New York: Doubleday.
- Hamblin, C. L. (1970). *Fallacies*. Londres: Methuen.
- Laclau, E. (2012). *La razón populista*. México D.F.: FCE – Fondo de Cultura Económica.
- Mancera, A. & Pano, A. (2013). *El discurso político en Twitter*. Barcelona: Anthropos.
- Nardaccio, E (2019). *Indefinición y oscilación ideológica en la identidad política: un análisis comparativo de las estrategias argumentativas de Albert Rivera (Ciudadanos) y Luigi di Maio (Movimento 5 Stelle)*. (Trabajo Fin de Máster MELLCC. Universidad de Sevilla).
- Nardaccio, E. (2020). Indefinición y oscilación ideológica en la identidad política: un análisis comparativo de las estrategias argumentativas de Rivera (Ciudadanos) y di Maio (Movimento 5 Stelle). *Discurso y sociedad*, *14*(3), 707– 731.
- Parra Valero, P. & Oliveira, L. (2018). Fake news: una revisión sistemática de la literatura. *Observatorio (OBS*) Special Issue*, 54-78.
- Pérez Curiel, C. (2020). Trend towards extreme right-wing populism on Twitter. An analysis of the influence on leaders, media and users. *Communication & Society*, *33*(2), 175-192.

- Plantin, C. (1998). *La argumentación*. Barcelona: Ariel.
- Rivas, M. & M. Calero (2020). Pandemia y posverdad: el impacto de la covid-19 en la comunicación por whatsapp. *Revista Prisma Social*, 31, 110-154.
- Ruiz Vicioso (2019). Posverdad y populismo. *Cuadernos FAES*, 63, 31-40.
- Shils, E. (1956). *The Torment of Secrecy*. New York: Free Press
- Spencer-Oatey, H. (2007). Theories of identity and the analysis of face. *Journal of Pragmatics*, 39, 639-656.
- Taguieff, P. A. (1997). Le populisme et la science politique. Du mirage conceptuel aux vrais problèmes. *Vingtime siecle. Revue d'histoire*, 56, 4-33.
- Tarchi, M. (2014). Dieci anni dopo. L'Italia populista e il caso Beppe Grillo. *Quaderni di sociologia*, 65, 31-49.
- Van Dijk, T.A. (1996). Análisis del discurso ideológico. *Versión*, 6(10), 15-42.
- Van Dijk, T.A. (2005). Política, ideología y discurso. *Quórum académico*, 2(2), 15-47.
- Van Eemeren, F. & Grootendorst, R. (1992). *Argumentation, communication, and fallacies. A pragma-dialectical perspective*. Hillsdale, N.J.: Erlbaum.
- Van Eemeren, F. & Grootendorst, R. (2004). *A systematic Theory of Argumentation. The pragma-dialectical approach*. Cambridge: Cambridge University Press.

EL DISCURSO POPULISTA EN LAS REVISTAS DEL PRIMER FRANQUISMO

Carla Prestigiacomo*

1. Introducción

La España que se despierta el 1 de abril de 1939 es un país donde la paz y el orden, como recuerda Cayuela Sánchez (2014), se concentran en las manos de una minoría que se plantea dirigir y modificar las conductas de los ciudadanos, mediante la represión y la institución de una serie de dispositivos que aseguren la aniquilación de los enemigos de la Patria. La instancia del poder, sin embargo, no recurre solo a la coerción y a la violencia, sino también a una manipulación planificada y constante de la consciencia de los españoles. En este mecanismo se encontrará involucrada también la prensa, puesto que, como actor fundamental del proceso de “construcción del espejo social” (Charaudeau 2003), participará en la constitución de la identidad individual, grupal y nacional de los destinatarios del discurso de la información. De hecho, aunque no la podamos identificar con “una instancia del poder” (Charaudeau 2003, p. 13), la prensa, en determinados momentos históricos, puede convertirse en un medio de transmisión de una determinada ideología o, en casos extremos, en un instrumento de orientación y coacción, que transforma el discurso mediático en un arma destinada al servicio de la manipulación ideológica del blanco receptor (Charaudeau 2003, p. 42).

Es este, como me propongo demostrar, el caso de la prensa de los primeros años de la dictadura franquista y, por consiguiente, de las revistas objeto de este trabajo: *Legiones y Falanges* (1940-1943) e *Y, Revista para la mujer nacionalsindicalista* (1938-1945), dos revistas que se pueden considerar, de alguna

* Dipartimento di Scienze umanistiche, Università degli Studi di Palermo, Italia. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1021-6847>
carla.prestigiacomo@unipa.it

manera, complementarias, por constituir ambas la expresión mediática de la Falange española y, en lo que atañe a *Y*, también de la Sección Femenina.

Para realizar sus objetivos persuasivos, los locutores institucionales adoptan una amplia gama de estrategias, lícitas y no, forjando un discurso claramente populista, en el que sobresalen la denuncia del mal (Charaudeau 2011) y la exaltación del salvador (Franco y sus instituciones), que se verbalizan en un lenguaje altamente emotivo (léxico valorativo, metáforas...), a menudo basado en la irracionalidad y en estrategias discursivas falaces.

En el presente trabajo, me centraré solo en aquellos elementos que nos permiten definir el discurso de la prensa de los primeros años del régimen franquista como un discurso populista. En concreto, trazaré un perfil en el que se evidencien aquellos mecanismos lingüístico-discursivos típicos de una argumentación populista (según las indicaciones de Patrick Charaudeau 2009 y 2011), subrayando los puntos de contacto o divergencias entre las estrategias persuasivas presentes en las dos revistas, estrategias originadas, como se verá, sobre todo por la naturaleza del blanco receptor y de los diferentes objetivos: legitimar el régimen en *Legiones y Falanges* y forjar una nueva identidad de la mujer española en *Y* (Prestigiacomio 2020).

Desde el punto de vista metodológico, he recurrido a la lingüística pragmática (Fuentes Rodríguez 2017), a la teoría de la argumentación (Anscombe & Ducrot 1994) y a su gramática (Lo Cascio 1991 y 2009; Fuentes Rodríguez & Alcaide Lara 2002), a los instrumentos del análisis crítico del discurso, así como a los estudios sobre ideología, discurso y manipulación de Van Dijk (sobre todo 2003, 2005, 2006, 2008, 2009 y 2010).

2. La prensa del primer franquismo

2.1. *Y*, Revista para la mujer nacional sindicalista (1938-1945)

Como he demostrado en otra ocasión (Prestigiacomio 2018, 2019 y 2020), *Y*, *Revista para las mujeres nacional sindicalistas* es un claro ejemplo de aquella interacción entre discurso, cognición y sociedad (Van Dijk 2009, p. 351), indispensable para influir de forma permanente en los esquemas mentales y la conducta de la mujer española conformes al ideal de 'mujer azul' falangista. De hecho, concebida por y para la alta burguesía española, *Y*, entre el 1 de febrero de 1938 y el mes de diciembre de 1945, con una frecuencia mensual, desempeña una función de extrema importancia en la construcción de la Nueva España,

en cuanto instrumento de propaganda, catequización y afiliación de la mujer española. Sus páginas acogen textos de la literatura clásica y contemporánea, reportajes sobre la obra social de la Sección femenina, informaciones sobre libros, moda y decoración, labores del hogar, salud y belleza, puericultura, pero también espacios dedicados al humor o a pasatiempos y consultorios sobre los temas que reflejarían los gustos y necesidades de un público femenino de la alta sociedad española de los primeros años del franquismo: grafología, apicultura, consejos sentimentales, matrimonio, cocina, etc.

Entre los autores, además de Pilar Primo de Rivera, fundadora y directora de la revista (y, sobre todo, hermana del ideólogo de la Falange) y de las máximas autoridades de la sección femenina, se reconocen los mayores expertos en las materias tratadas en la revista, así como a varios funcionarios del régimen, además de diversos escritores e intelectuales vinculados al franquismo: Azorín, Dionisio Ridruejo, Luis Rosales, Edgar Neville, Jardiel Poncela, Eugenio D'Ors, Antonio de Obregón... solo por citar a algunos. Muchos de ellos firman también algunos textos de *Legiones y Falanges*.

2.2. *Legiones y Falanges*

Fruto de un proyecto cultural y político común, la revista bilingüe *Legioni e Falangi/Legiones y Falanges* se publica paralelamente en España y en Italia entre el 10 de octubre de 1940 y el 1 de junio de 1943. Son directores y cofundadores Giuseppe Lombrassa y Agustín de Foxá, y sus colaboradores son los más conocidos exponentes de las élites culturales de los dos regímenes. Entre los españoles, recordamos a Ernesto Giménez Caballero, Concha Espina, Edgar Neville, Azorín, Camilo José Cela, Gerardo Diego, Julio Caro Baroja, Manuel Machado, Eugenio D'Ors y Álvaro Cunqueiro.

Hasta el número 6, publicado en el mes de mayo de 1941, las dos ediciones se presentan en modalidad “gemela”, con textos publicados antes en lengua original y luego traducidos. A partir del número 7, que en España no se publica, las dos ediciones divergen en muchos aspectos, sobre todo porque en su discurso repercute la diferente coyuntura histórica que estaban viviendo los dos países: España, recién terminada la guerra civil, se dispone a vivir los años más duros de la dictadura; Italia, en cambio, involucrada en el conflicto mundial, asiste al lento declive de la parábola del régimen fascista. Como en *Y*, se publican textos de vario tipo, tanto de información política, cultural y de actualidad,

como de creación literaria. El destinatario se puede identificar nuevamente con la alta burguesía.¹

3. El discurso populista

Como vengo diciendo, ambas publicaciones españolas desempeñan una función determinante, no solo por el alto nivel de sus colaboradores, sino, fundamentalmente, por convertirse en instrumento de difusión de los valores básicos de la ideología franquista. He decidido tratarlas conjuntamente, porque, a pesar del ligero desfase cronológico (es suficiente recordar que *Y* empieza a publicarse durante la guerra civil, de ahí que refleje un carácter de emergencia que no se detecta en *Legiones y Falanges*), comparten el ideario falangista y los objetivos manipuladores de las élites del poder franquista. La comunión de objetivos, además, comporta una identidad discursiva que refleja los elementos descritos por Charaudeau (2009 y 2011).

El estudioso francés, al reconocer la complejidad y las diversas connotaciones del populismo, en función de los distintos contextos sociales e históricos², evidencia los mecanismos comunes a cualquier tipo de discurso populista.³ Mecanismos que, como se verá, se reflejan tanto en la macroestructura argumentativa, como en la microestructura de los artículos publicados en *Y* y *Legiones y Falanges*:

1 Para mayores detalles, remito a Sinatra (2015).

2 Afirma Charaudeau: “Estas diferentes figuras del populismo muestran que no se puede delimitar una definición única de esta noción, ya que los contextos históricos y políticos la modifican de manera variable. Habría populismos ‘clasistas’, incluso ‘etnicistas’ (racistas); populismos ‘nacionalistas’, más o menos autoritarios, que juegan con la identidad nacional y la segregación; populismos ‘neoliberales’, coyunturales, que se manifiestan en las campañas electorales por medio de expresiones demagógicas, con el fin de seducir a las masas populares.” (2009, 259)

3 “El discurso populista nace en una situación de crisis social. Consiste, por lo tanto, en describir esta situación cuya víctima es el pueblo, en denunciar la fuente del mal, y en alabar los méritos de un líder particularmente carismático. El líder populista describe la situación de decadencia de la cual el pueblo es víctima, sirviéndose de la tónica de la ‘angustia’ [...] El líder populista denuncia la fuente del mal designando, no a los responsables como en todo discurso político, sino a los culpables. Pero esos culpables, y ahí se localiza un factor de gran emocionalidad, son designados de manera global, incluso vaga, como si se tratara de seres maléficos que estuvieran escondidos en las sombras, creando complots [...] En fin, el líder populista debe instaurarse como salvador construyendo una imagen de ‘poder’ mediante un comportamiento oratorio elaborado por medio de ‘improperios’, de ‘fórmulas de choque’”. (Charaudeau 2011, Sobre algunos efectos de emoción en el discurso político, párrafos 2-5).

- Denuncia de una situación de crisis que justifica la revolución que dará vida al régimen franquista
- Identificación de un líder. En nuestro caso, las figuras carismáticas son dos: José Antonio Primo de Rivera y Franco (además de las frecuentes referencias a Mussolini y Hitler, sobre todo en *Legiones y Falanges*, que aquí, sin embargo, no trataré)
- Denuncia de la “fuente del mal” (Charaudeau 2011), que origina un discurso maniqueo, una neta oposición entre endogrupo y exogrupo
- Dimensión emocional, clima de angustia, esto es, una puesta en escena del discurso en la que el sujeto de la enunciación recurre a estrategias discursivas que insisten en la emoción.

Este último rasgo se vincula directamente con la adopción de un lenguaje y una retórica con características determinadas. Charaudeau (2009, pp. 271-272) explicita de la siguiente manera los rasgos principales de una retórica populista:

El líder populista debe ser un “maestro de la palabra” por el manejo de un lenguaje y de una retórica que forman parte de la dramaturgia política. [...] Su lenguaje debe ser particularmente sencillo y comprensible, [...]

Desde el punto de vista de la *fraseología*, usa y abusa de frases nominalizadas y de giros impersonales con modalidades que expresan la evidencia, ya que se trata de conmover las conciencias mediante el empleo de fórmulas, a veces metafóricas, destinadas a *esencializar* el mal que padece el pueblo, la figura de los culpables o la esperanza de días mejores: el mal será designado por palabras que remiten al miedo, a la decadencia, a la desesperación, los culpables serán demonizados, la esperanza será como un camino de luz.

[...]

Su *argumentación* simplifica las relaciones de causa a efecto [...] Y para respaldar sus palabras, recurre a cifras y porcentajes proferidos a bocajarro sin posibilidad de verificación: [...]

En cuanto al posicionamiento del orador populista, éste se expresa en un juego de pronombres entre un “Nosotros”, que abarca al orador, a su partido, a sus partidarios, al pueblo; un «Yo» que se afirma, repetimos, como potente, voluntario, que se asume y se compromete totalmente (“yo quiero”, “yo digo”, “yo afirmo”); e incluso un “El” de teatralización, autodesignándose como el protagonista de una búsqueda de Salvación.

Resumiendo, el discurso populista se reconoce por una serie de mecanismos destinados a persuadir al destinatario, estrategias y mecanismos que se

sitúan en todos los niveles y que giran también alrededor de argumentos ilícitos y falacias, amén del recurso a un lenguaje emotivo que puede desembocar en lo irracional, o asumir, en casos extremos, la pretensión de la verdad científica (Prestigiacomo 2016 y 2019).

4. Análisis del *corpus*

Asentado todo esto, es fácil intuir que tanto *Legiones y falanges* como *Y*, al constituir un instrumento de divulgación del discurso del poder, se conforman como un macrotexto heterogéneo y, sin embargo, muy coherente, en el que cada firma contribuye a la realización de un solo objetivo: el bien de la Patria y del pueblo. De ahí que los artículos de actualidad social y política, pero también la selección de los contenidos culturales y literarios, bajo el prestigio de la firma y, por ende, de la autoridad del sujeto argumentante, asuman los tonos de un discurso perlocutivo, destinado a forjar conciencias y empujar a la acción.

Por esta razón, en la selección de los textos me he atendido a varios criterios. En primer lugar, a causa de la amplitud del *corpus*, en lo que se refiere a *Legiones y Falanges*, he considerado solo la edición española y me he ceñido exclusivamente a los originales en castellano. He optado por descartar los artículos de las secciones fijas culturales, los textos literarios y los anuncios publicitarios, por pertenecer a una tipología discursiva diferente. Finalmente, he seleccionado un *corpus* reducido, pero suficiente para demostrar el carácter populista del discurso de la prensa del primer franquismo.

Con el objetivo de ofrecer un cuadro completo de los componentes de la argumentación, máxime en el caso de un discurso unidireccional (Lo Cascio 1999) y perlocutivo, como el que hoy nos ocupa, además de la figura del locutor, artífice absoluto de la estructuración del enunciado, sería imprescindible analizar cada uno de los mecanismos textuales, desde los títulos (por su función catafórica y de persuasión implícita; Sánchez García 2010), hasta la microestructura, en la que todo elemento léxico adquiere una función pragmática concreta. Sin embargo, por razones de espacio, me detendré solo en algunos de los elementos que acabo de indicar. Además, si bien he organizado el análisis en secciones, a lo largo de la exposición me referiré inevitablemente a diferentes aspectos al mismo tiempo, puesto que en ningún momento hay que olvidar que la eficacia argumentativa es el resultado de la interdependencia de todos y cada uno de los componentes de un texto, incluyendo la macroes-

estructura y los mecanismos de coherencia y cohesión que pueden añadir o, por el contrario, restar fuerza a los argumentos que apoyan la tesis.

4.1. La macroestructura

A causa de la heterogeneidad de autores y de la tipología textual, es difícil clasificar el *corpus* seleccionado de forma exhaustiva, puesto que la variedad afecta tanto a la extensión, como al entramado interno del discurso. De textos breves, verbigracia, normalmente conmemorativos o dedicados a noticias o eventos de la alta sociedad de los primeros años de la dictadura, se puede pasar a artículos más extensos, que ocupan un espacio superior a una página. En cuanto a la estructura más propiamente argumentativa, la tesis normalmente⁴ es adelantada en el título y reafirmada en las conclusiones, tras la exposición de los argumentos. A menudo, la organización resulta compleja o “a grappolo” (Lo Cascio 2009, pp. 78-79), con una concatenación en la que cada argumento puede ser el resultado de otros procedimientos argumentativos y de la exposición de subtesis que, a su vez, pueden funcionar de apoyo argumentativo. La naturaleza de las secuencias, habitualmente declarativas, expositivas o narrativas (pero nunca neutras), se puede enriquecer con elementos polifónicos o enunciados modalizados (sobre todo de forma apreciativa, interrogativa o exclamativa).

El primer texto que propongo es *La resurrección de España* (1941, 6), firmado por el director de la *Gaceta literaria*, Ernesto Giménez Caballero, una de las figuras más relevantes del panorama cultural español a partir de los años 20. Se trata de un artículo ejemplar en muchos sentidos, puesto que reúne todas las características del discurso populista indicadas por Charaudeau (2009 y 2011), a las que se añade el recurso al elemento religioso, muy propio del ideario franquista.

Como se evidencia ya en el título, la metáfora religiosa⁵ anuncia catafóricamente la tesis, esto es, el sentido providencial e imprescindible de la revolución fascista con respecto a la grave crisis del país e, implícitamente, la dimensión providencial de su caudillo y el martirio de sus promotores. La estructura argumental se organiza en dos niveles. En primer lugar, mediante una isotopía dis-

4 En algunos casos el título no constituye un mecanismo catafórico del contenido del texto. Es lo que sucede en el artículo *El fuero del trabajo y la mujer* (Bosch Marín 1938), en el que, en realidad, se argumenta en contra de la oportunidad del trabajo femenino.

5 La metáfora del título es confirmada por la presencia constante de numerosos elementos léxicos religiosos (*martirios, actitud profunda y cristiana, rezar, ...*).

cursiva, el locutor identifica la España de principios del siglo XX con un ser agonizante, a cuya enfermedad (una crisis sociopolítica que culmina con la fuga de Alfonso XIII) sigue una muerte (la proclamación de la II República) que sanciona el fin de la unidad del Estado. En el nivel macroestructural y, por lo tanto, más propiamente argumentativo, la primera parte del artículo representa una premisa y una justificación al alzamiento del 18 de julio. Las diferentes secuencias narrativas de eventos históricos nefastos recordados por el locutor constituyen, en una suerte de clímax ascendente, una acumulación de argumentos coorientados a la tesis contenida en el artículo: la necesidad de seguir luchando contra el enemigo, en una nueva cruzada en “defensa de la cristiandad”. Los distintos párrafos se enlazan mediante la repetición anafórica del segmento de enunciado *Cuando el 14 de marzo de 1931 fundamos “La conquista del Estado”* (a lo largo de gran parte del artículo), de la copulativa *y*, con función enfática (en las últimas secuencias), y de otros elementos léxicos repartidos a lo largo del texto, que marcan la nostalgia por un pasado perdido y, por consiguiente, refuerzan la tesis de la necesidad de la “resurrección de España”. Finalmente, la reiteración del sintagma nominal *nuestra unidad*, único obstáculo a la amenaza roja, revela un significado grupal (verbalizado también empleo del nosotros inclusivo) en contraposición al enemigo. De hecho, aunque *nuestra unidad* pudiera interpretarse como referido al país entero, constituye más bien la focalización del exogrupo, del ‘ellos’ que, en este caso, se identifica con la fe republicana y aquellos españoles ‘engañados’ por la utopía del comunismo o, más en general, por la ilusión democrática. Es evidente que no se trata de meros recursos de cohesión, sino de expedientes destinados a focalizar aquellos elementos que el locutor considera argumentativamente relevantes⁶:

Cuando el 14 de marzo de 1931 fundamos “La conquista del Estado” - [...] - España agonizaba. Alfonso XIII, como “Rey”, iba a morir al mes justo: el 14 de abril. Porque, [...] el propio Rey había firmado su sentencia de muerte como Monarca. Y la muerte de todo lo que venía detrás: de nuestra unidad territorial, de nuestra unidad religiosa, de nuestra unidad lingüística, de nuestra unidad social. [...]

6 La cursiva es mía. A partir de ahora, marcaré con cursiva los elementos más relevantes.

7 Se trata de un semanario fascista inspirado en la homónima revista italiana, fundado por Ledesma Ramos. Muchos de sus números se encuentran disponibles en <http://www.filosofia.org/hem/193/lce/>.

Cuando el 14 de marzo de 1931 fundamos “La conquista del Estado”, a Ramiro Ledesma y al mínimo grupo de suicidas que le rodeábamos se nos quiso utilizar por las viejas fuerzas reaccionarias como inyecciones de aceite alcanforado. Se nos quiso utilizar – a última hora – como jeringuillas de cafeína... [...]

Cuando el 14 de marzo de 1931 fundamos “La conquista del Estado”, ya era tarde. El pulso de España – [...] – dejaba en verdad de latir. Fue inútil que [...] se intentase tramitar un modesto Grupo Legionario, al mando del pobre y gran Albiñana. La juventud estaba perdida. Las masas obreras también. [...]

Cuando el 14 de marzo de 1931 fundamos “La conquista del Estado” tuvimos la clara consciencia de que sólo fundábamos una quimera, una ilusión, una simiente ideal para ser regada con sangres y martirios.

Sobre un cadáver – el de España – no había más que una actitud profunda y cristiana: rezar. Y creer – místicamente – en una resurrección. Eso hicimos. (Giménez Caballero 1941, 6)

Tono y mecanismos persuasivos diferentes son los que se evidencian tanto en la macro, como en la microestructura, de *La mujer en la guerra, Trabajar, orar, combatir*, artículo publicado en 1938, en el número 4 de *Y*, y firmado por el escritor y periodista Víctor de la Serna. Su análisis pone de relieve cómo, el momento histórico (la guerra civil), pero sobre todo el destinatario (las lectoras) determina contenidos temáticos, objetivos y estructuras discursivas diferentes con respecto a los que acabamos de ver. Como se ha afirmado, en cuanto emanación directa de la Sección femenina, *Y* acoge como misión principal forjar la identidad de la mujer que necesita el régimen. Por esta razón, de manera muy singular, el locutor propone y justifica, argumentativamente, las tareas ‘bélicas’ a las que tiene que dedicarse una mujer:

No voy a aludir, deliberadamente, a su piadosa misión específica maternal y de ama de casa, de curar heridos, recoger niños y lavar la colada de los soldados.

Esta misión ha tenido ya exégetas y los tendrá aún.

Yo voy a hablar de la mujer guerrera. De la brava mujer que empuña el arma contra el enemigo, materialmente. Es posible que a algunos estas mujeres les parezcan viragos, abortos de la naturaleza, puesto que la misión principal de la mujer está en la paz (De la Serna 1938, 7).

El acto ilocutivo negativo, reforzado por el modal, y el recurso a la polifonía del primer párrafo –una polifonía revelada por la alusión a los exégetas – revelan un juego, desmentido por el desarrollo del discurso, que no hace sino

reafirmar cuál es la misión confiada a la mujer española en el renacimiento de la patria.

Si entramos en detalle, la argumentación de Víctor de la Serna se revela compleja y ambigua. De hecho, gráficamente organizada en secciones diferentes, casi yuxtapuestas, cada una tratando un aspecto de los que se anuncian en el título, conduce a una conclusión opuesta a la intención declarada por el locutor o que, por lo menos, dilucida el concepto de ‘mujer guerrera’ que se pretende transmitir.

Se percibe en varios momentos cómo el mecanismo persuasivo privilegiado es el recurso al lenguaje emotivo, recurso seguramente más frecuente en los textos destinados a las lectoras. Lo demuestra el mismo tejido argumentativo, que arranca de un recuerdo personal, esto es, de unos versos y de una alusión a la figura de la madre, con el único objetivo de influir en la esfera emocional del destinatario:

Recuerdo la impresión que me hacía de niño oír recitar a mi madre aquellas ingenuas y rípidas décimas de Bernardo López García al Dos de Mayo. Porque aquellas décimas tenían una cosa pura, calculada para almas pueriles: emoción. (De la Serna 1938, p. 6)

El mismo tono se percibe en una larga secuencia narrativa dedicada a una joven catalana, víctima de la ferocidad roja, destinada a presentar el primer argumento coorientado a la tesis: la “bárbara belleza” de la guerra. Un argumento coorientado a la conclusión, pero insuficiente, respecto al argumento de mayor fuerza, que el locutor identifica en Ximena Díaz – que, con “sus hijas participan en los triunfos del Cid con sus oraciones” (De la Serna 1938, p. 8) –, ejemplo de aquel verdadero heroísmo femenino anunciado en el subtítulo del artículo (“Trabajar, orar, combatir”) y explicitado en la tesis:

Trabajar, orar, combatir. Trabajar en el orden de la casa; orar por el soldado de la Fe y por su victoria. Orar por su alma si el soldado pereció. Y finalmente, combatir cuando todo se ha perdido. He aquí las tres fases de la mujer en la Guerra de España (*ibidem*).

4.2. Los argumentos

El último ejemplo nos conduce directamente a otro aspecto esencial del discurso populista, es decir, la naturaleza de los argumentos utilizados para apoyar la tesis. En el tipo discursivo que tratamos, los argumentos se esgrimen

en defensa de la Revolución y pretenden legitimar el neonato régimen. Estos se reparten en todos los textos que he seleccionado, de forma más o menos explícita. Además del que hemos visto en el texto de Giménez Caballero (la situación de crisis generada ya en los años de la monarquía de Alfonso XIII), uno de los argumentos más constantes, incluso después del final de la Guerra civil, es la alusión a la “fuente del mal” (Charaudeau 2011). Por ello el discurso asume una visión maniquea, una neta separación entre el endogrupo de los vencedores y el exogrupo, que se identifica con el enemigo rojo, la otra España o, más en general, con la democracia.

4.2.1. La fuente del mal

Desde este punto de vista, nos es dado observar que tanto el enunciador institucional (la Sección Femenina), como el sujeto blanco de la revista *Y* (me refiero a las mujeres, católicas, de la alta burguesía) determinan un comportamiento discursivo diferente con respecto al que se aprecia en *Legiones y Falanges*, también revista de alta gama, pero seguramente concebida para un público lector fundamentalmente masculino. Probablemente por esta misma razón, en sus páginas no se oculta la hostilidad hacia el enemigo, el bolchevismo, los británicos o, más en general, hacia los ‘angloyanquis’, como los denomina, entre otros, Giménez Caballero.

Al haber tratado detalladamente este tema en otra ocasión (Prestigiacomo 2017), propongo solo dos ejemplos. El primero de ellos es paradigmático con respecto a los mecanismos del discurso populista individualizados por Charaudeau (2009 y 2011), que se aprecian en la macroestructura, en la definición vaga del enemigo, además de en el tono emotivo, que llega incluso a hacerse amenazador. Tono que se hace patente ya en el título, *Presagios. Defensa de la cristiandad* (1942, pp. 4-5), que, además de presentar la tesis, añade un matiz profético artículo. El sintagma nominal *Defensa de la cristiandad* sugiere un paralelismo entre la misión redentora de Franco y la guerra santa, confirmando una dimensión religiosa a la forma discursiva que, sobre todo en las secuencias finales, recuerda de cerca la oratoria sagrada (Martínez Garrido 1997). La actitud del locutor es declaradamente maniqueísta, puesto que contrapone la auto-presentación positiva del endogrupo y la presentación negativa del exogrupo, rasgo peculiar de la comunicación manipulativa (VanDijk 2009). La lucha del mundo ‘cristiano’ (representado por España, Italia, Alemania y Japón)

contra la amenaza del mal, que se identifica nuevamente con el comunismo, pero también con el islam y el judaísmo (promovidos por Rusia, China, India, Inglaterra, EEUU y África) se verbaliza mediante una serie de mecanismos lingüístico-discursivos típicos del discurso populista. En el nivel macroestructural, sobresale el recurso a la repetición anafórica del sintagma verbal *percibimos* (en algunos casos reforzado por el operador *sólo*, o el sujeto del verbo, y seguida del signo gráfico de los dos puntos), que focaliza el argumento de cada secuencia y constituye un expediente para reformular la incertidumbre sugerida en la interrogativa “¿qué pasa por Alepo, Bagdad, Beirut, Tiro, Jaifa?” y en su respuesta negativa: “No lo sabemos bien”. El compás marcado por la reiteración favorece la creación de un clímax en el que los presagios anunciados en el título culminan en la amenaza de la vuelta a una “Tenebrosa Edad Media, de barbarie, de saqueos...”. En otras palabras, el locutor construye un discurso que voluntariamente apunta a la esfera emotiva, e incluso irracional, del destinatario, favoreciendo una sensación de incertidumbre (reforzada también por el modal *confusamente*) que se va convirtiendo en un clima de terror, sugerido por la imagen sinestésica del primer enunciado (*estremecimiento cálido, moreno y amenazador*) y confirmada por la modalidad exclamativa que cierra el fragmento:

Para los que venteamos el aire del futuro, ese aire nos trae un cálido, moreno y amenazador, de allá por Siria.

¿qué pasa por Alepo, Bagdad, Beirut, Tiro, Jaifa? No lo sabemos bien. Sólo percibimos –confusamente, por la distancia: que Inglaterra, desesperada, busca el defender su hegemonía oriental [...] entregándoles los secretos bélicos de la *sagrada* técnica aria de dominación.

Sólo percibimos: que en África egipcia, líbica y etiópica, las tribus negras poseen hoy carros de combate y conocen la técnica italiana de guerra [...] y en el Asia china, los soldados [...] tratan de derrocar – con armas yanquis e inglesas – la misión civilizadora y noble del Japón. Y en la India, el Gange *tiembla de venganza* secular contra Europa. [...] Percibimos: la honda y tremenda agitación del Oriente que, como un terremoto histórico, sacude las entrañas del Islam en estos instantes. [...]

Y todo esto lo percibimos contemplando de reojo la *sonrisa silenciosa, inmóvil e incitadora de Rusia*. Esa Rusia que mientras nos ataca y radia diariamente proclamas en lengua árabe, procura *impávida* el desgaste de las reservas occidentales [...].

Para los que venteamos el aire del futuro, ese aire cálido, moreno y amenazador del Oriente, nos trae, también, el recuerdo del pasado.

Nosotros percibimos desde nuestro rincón romanogermánico de España, desde esta occidental y cristiana España: ¡toda el ansia de “revancha semítica” que vibra en el aire del mundo!

Percibimos: el ansia de sangre y venganza que hay acumulado contra aquellos que arruinaron judíos, aplastaron bolcheviques, domeñaron Balcanes, desdeñaron demócratas. [...]

Si el Eje sale derrotado, el Catolicismo saldrá derrotado. Una tenebrosa Edad Media, de barbarie, de saqueos sin invenciones ni progresos, cubriría Europa. Y sólo sería posible un ‘Renacimiento’ de Europa en un mañana lejano, sobre aquellos pueblos y lugares hasta donde llegue hoy, en sus avances fecundantes, la clara sangre romanogoda del Eje, de los sistemas totalitarios.

¡Esto no son fantasías ni delirios! ¡Hablamos seriamente! Frente a peligros reales, cercanos, tangibles. (Giménez Caballero 1942, pp. 4-5)

Como es de esperarse, en las páginas de *Y*, el enemigo es tratado de forma diferente. En general, se aprecia una actitud negativa mitigada tanto por el objetivo ‘catequizador’ de la revista, como por el sentimiento de caridad cristiana que la anima, tal como demuestran los textos que describen las obras del Auxilio social, entidad fundada por la Sección femenina y destinada sobre todo a acoger a los huérfanos de la guerra. Sin embargo, también se publican artículos en los que la exacerbación de la negatividad del enemigo alcanza niveles muy altos. Es el caso de las páginas firmadas por Edgar Neville, otro intelectual de la vanguardia literaria española.

En su *Margarita Nelken o la maldad*, el enemigo se identifica con el que podemos considerar el ‘antimodelo’ de la mujer azul a la que aspira el régimen, es decir, con una de las tres diputadas (con Clara Campoamor y Victoria Kent) de la II República. La tesis, expresada ya en el título, se explicita verbalmente en el segmento que cierra el texto:

Margarita Nelken es un tipo representativo, azuzadora del odio, promotora de la Muerte, merece nuestro encono eterno, nuestro castigo inexorable (Neville 1938, p. 12).

El locutor se apoya en argumentos de diferente naturaleza⁸, con el único objetivo de empujar al destinatario a asumir una actitud de rechazo total, que,

⁸ El primero coincide con el primer enunciado del texto y está constituido por la referencia a un artículo de Nelken, publicado en agosto de 1936. La modalidad apreciativa, expresada mediante un léxico emotivo, y la cita indirecta sirven para dibujar una figura humana extremadamente negativa, de mujer insolidaria y despiadada: “En aquel terrible Madrid de agosto del 36, cuando el terror

en el caso de una revista concebida para un público femenino y católico, coincide con la renuncia al perdón cristiano. Por esta razón, el entramado discursivo se construye alrededor de una separación maniquea entre el endogrupo (las víctimas) y el exogrupo (los verdugos), verbalizado mediante una modalización apreciativa (sobre todo en las secuencias descriptivas) que apunta a la esfera emotiva de las lectoras. Todos argumentos basados en una visión subjetiva; ninguna referencia directa a los ideales políticos, sino solo a sentimientos irracionales dictados por el odio y la envidia:

... pues a la incitación criminal habían respondido los más bajos sentimientos humanos y aquello se convertía en la venganza, en suspenso durante siglos, de la fea contra la guapa. [...]

Conocemos a las mujeres que fusilaban, eran aquellos monstruos de los desfiles del 1.º de mayo y de las broncas de los mercados arrabaleros. Eran las feas en celo, las contrahechas en rebelión, supurando odio y envidia, vengando en aquellas víctimas un daño del que eran inocentes, vengando el desaire perpetuo de los hombres hacia ellas.

Ahí estaba toda Margarita Nelken. Mujer encorsetada y burriciega, pedante y sin encanto femenino, de carne colorada, había arrastrado una triste vida sentimental. (Neville 1938, p. 12)

4.2.2. Los argumentos “científicos”

Si bien, como acabamos de ver, el adoctrinamiento se persigue a menudo a través de un discurso que busca una reacción emotiva en el destinatario, una estrategia persuasiva de seguro efecto es también el recurso a argumentos científicos o, por lo menos, aparentemente científicos. Por esta razón, es frecuente leer textos firmados por ‘expertos’ en diversas materias.

El caso más evidente es, sin duda, *Características raciales del comunismo* de Antonio Vallejo Nájera (1941, pp. 24-25). Si bien le he dedicado un estudio (Prestigiacomo 2016), merece la pena recordarlo, por constituir un ejemplo paradigmático de discurso científico basado en una argumentación falaz. En él, el locutor se propone convertir una opinión (originada por una ideología) en una creencia, o más exactamente, en una verdad demostrable (y demos-

llegaba al máximo, apareció una noche en ‘Claridad’ un artículo de Margarita Nelken en que pedía a las milicias no se limitaran a asesinar hombres, sino que incluyeran en ‘los paseos’ a las esposas, novias o hermanas de los perseguidos. Estaba uno curado, al parecer, de espanto y sin embargo aquella especial incitación al crimen nos produjo la peor angustia.” (Neville 1938, p. 12)

trada con datos ‘empíricos’ a lo largo del texto). En otras palabras, se trata de exacerbar el peligro del bolchevismo para justificar la necesidad de combatirlo. El objetivo del discurso del psiquiatra se hace manifiesto en el párrafo conclusivo, cuando el augurio de un futuro amenazador revela cómo un entramado argumentativo, solo aparentemente lícito, encierra un claro intento de manipulación:

Dadas sus características biológicas, el comunismo únicamente puede difundirse entre las razas degenerativas e incultas, que carecen de confianza en su destino, desposeídas de valores propios, incapaces de perfeccionarse y aspirar, por los propios trabajos y valía, a superarse y superar a los demás hombres en todos los aspectos culturales de la civilización. Considerado el comunismo en su aspecto étnico-cultural, es la vuelta a las civilizaciones primitivas y simplistas: al hombre salvaje. (Vallejo Nájera 1941, p. 25)

Algo parecido sucede en las páginas de *Y*, si bien se diferencia de *Legiones y Falanges*, tanto en los contenidos, como en las formas discursivas. La revista de la Sección femenina, como he dejado claro, se configura fundamentalmente como instrumento para forjar la identidad de la mujer que necesita el régimen, al servicio de la patria y de la familia, como madre de las futuras generaciones de España.⁹ Con este fin, en el número de abril de 1938, se publica *El fuero del trabajo y la mujer*, del Dr. Juan Bosch Marín, pediatra y puericultor. Detrás de una supuesta finalidad informativa, que se propone ‘aclarar’ los puntos del fuero dictados por el mismo Franco, se pretende demostrar cómo el trabajo femenino puede comprometer la reconstrucción de la patria.

Una vez más, las estrategias argumentativas empleadas se organizan en diferentes niveles. No pudiendo dedicarle el espacio que se merece, aquí diré solamente que el locutor estructura su discurso como respuesta a tres interrogativas directas (enunciadas con un claro tono amenazador), que conducen a una conclusión que se pretende presentar como científica y que, sin embargo, resulta sin duda falaz. El aspecto más evidente es, sin duda alguna, el empleo de un léxico intensificado, la carga emotiva del enunciado y un tono casi amenazador que constituyen un *argumentum ad consequentiam* (Lo Cascio 1991, p. 357):

9 Sobre este tema, es suficiente recordar un fragmento de las Cartas a las camaradas de Neville: “Los hombres hacen la guerra, salvan a España de la barbarie, muchos millares quedarán en la empresa. Tenéis un deber con ellos, el de producir una nueva generación que haga fértil su sacrificio. Con la sonrisa, la belleza, el espíritu y el corazón, manos a la obra.” (Neville 1938, p. 16)

¿Sabéis qué significa todo ello?
 ¿Qué influencia ejerce el trabajo en la mujer?
 La modalidad o clase de trabajo, ¿cómo influye?

¡He ahí un ejemplo terrible, pero elocuente, de los estragos que el trabajo materno puede producir en la descendencia!

Los hechos esbozados ligeramente, la disminución de la nupcialidad y de la natalidad que se acentúa en los centros industriales, los *peligros* que para la familia supone el trabajo femenino, que le convierten en verdadera *plaga social, como puede serlo la tuberculosis u otra enfermedad, hace indispensable la organización de la lucha contra el trabajo femenino*, especialmente fuera del hogar. (Bosch Marín 1938, p. 20).

4.2.3. El líder carismático

Hasta ahora se ha visto cómo, además de un lenguaje orientado a incrementar los sentimientos irracionales del destinatario, el discurso de la prensa del primer franquismo recurre constantemente a la autopresentación positiva del endogrupo y a la simétrica exaltación de los rasgos negativos del exogrupo. En este mecanismo, lógicamente, se inserta también la exaltación de la personalidad de un líder, tan carismático, que en ocasiones alcanza rasgos divinos, mesiánicos, como en *Presagios* de Giménez Caballero, que reconoce a Franco la función de salvador de la cristiandad. A su lado, como autor de textos, o como enunciador en segmentos polifónicos, o simplemente evocado por los autores y las autoras de la revista *Y*, se sitúa la figura mítica de José Antonio, el *Ausente*, modelo a imitar en la creación de la Nueva España, pero también en su estilo argumentativo y, en general, discursivo.

De cualquier manera, en cuanto a la exaltación de las virtudes del líder, probablemente se revele más interesante *Legiones y Falanges*. Tal vez porque, terminada la urgencia de la guerra civil y asentada de alguna manera la ideología de la Falange, el panorama internacional producido por el conflicto de la Segunda Guerra Mundial le exige a la élite del poder la creación de un líder del mismo nivel que Hitler o Mussolini. De ahí que, en varios textos se exalte al caudillo, un hombre “providencialmente elegido” (Montemayor 1942, p. 10) sin el cual la revolución y el renacimiento de España no habría sido posible. En los ejemplos que he seleccionado, se subrayan sobre todo las virtudes de estrategia militar y la magnitud de la obra del caudillo, todo intensificado mediante una evidente modalidad apreciativa:

Por obra de un Caudillo *providencialmente elegido*, España ha levantado alegre estandarte en la Revolución de los Pueblos Jóvenes contra los mitos viejos, encabezada por Italia hace veinte años... (Montemayor 1942, p. 10)

Franco *condujo al triunfo* a los soldados de España durante nuestra guerra, y ya entonces fueron de nuevo con nuestras banderas, por los caminos que *su estrategia militar* señalaba, las mejores banderas de Europa. (Echarri 1942, p. 6)

Nuestro Caudillo Franco, [...] no podía dejar de sentir, en lo hondo de su *espíritu de conductor* de un pueblo que renace, esa inmensa llamada de los mares de España a los hombres y empresas de la reedificación de un tiempo nuevo. [...] Algún día, no lejano, sabrán los españoles totalmente el *alcance singular* de la obra del Caudillo y sus hombres de gobierno en la política naval. (Escotado Giménez 1943, p. 4)

4.3. La modalidad

El discurso de la prensa se amolda a sus objetivos persuasivos, mediante la adopción de una retórica con señas de identidad bien definidas y cuyo matiz más evidente es seguramente la dimensión emotiva del lenguaje. En este sentido, también juega una función determinante la modalidad o, lo que es lo mismo, la actitud que asume el locutor ante su discurso y la manera de enunciarlo (Fuentes Rodríguez 2004), una actitud estrictamente supeditada a un propósito persuasivo y perlocutivo. Dicho de otra manera, los locutores producen enunciados modalizados, por medio de los cuales expresan siempre una valoración subjetiva del tema tratado. Si la expresión, así como la provocación de la emoción, resultan frecuentes en cualquier discurso político, en un discurso de tono populista, como el que presentan los artículos que he seleccionado, adquieren una función fundamental como estrategia argumentativa o manipulativa. En efecto, tanto en Y, como en *Legiones y Falanges*, no solo se pretende obtener la total adhesión a la tesis propuesta, sino también transmitir el entusiasmo y la fe necesarios para aceptar y apoyar ciegamente la revolución y el movimiento falangista. En concreto, como se ha ido viendo a lo largo de este estudio, sobresale la tendencia al empleo de adjetivos relacionados con sentimientos eufóricos y disfóricos (en la contraposición *Nosotros/Ellos*, por ejemplo) o, incluso, la presencia de cierta vehemencia verbal (Fuentes Rodríguez & Alcaide Lara 2008) dirigida al enemigo. La modalidad apreciativa, ver-

balizada mediante la intensificación, la repetición léxica o anafórica, así como la metáfora, desempeñan la misma función persuasiva.

Finalmente, puesto que se trata de una forma discursiva unidireccional (Lo Cascio 1991), es decir, dirigida a un antagonista ausente, cobra especial importancia la relación que se entabla con el interlocutor ideal. De ahí que el emisor se vea obligado a valerse de estrategias que involucren directamente al blanco receptor, esto es, de recursos fático-apelativos, enunciados interrogativos, directivos y, obviamente, exclamativos.

La frecuencia de estos recursos es tan alta que resulta difícil analizarlos de manera individual, puesto que el locutor tiende a combinarlos muy a menudo, intensificando la fuerza ilocutiva y, por lo tanto, el efecto no solo persuasivo, sino sobre todo perlocutivo.

La marca lingüística más evidente de este último son, sin duda, los enunciados directivos. En el ejemplo que propongo, la forma imperativa es acentuada por el tono exclamativo. El locutor ‘invita’ a encomendar a Dios, y a la fe católica, la salvación del mundo occidental. Aunque apoyada en hechos históricos, la argumentación encierra una falacia *ad consequentiam* (Lo Cascio 1991, p. 357):

Piensen los españoles en 1917: Primera aparición del oriente marxista [...] Hasta 1923 no pudo darse la reacción cristiana, con don Miguel Primo de Rivera. Piensen los españoles en el segundo ensayo invasor: 1931, derrotado el Dictador por masones y demócratas, el marxismo semita preparó el puente debilitatorio de España: Berenguer, el 14 de abril, el 11 de mayo. Total: la “Revolucion de Asturias y Cataluña de 1934” [...] ¡Roguemos a Dios el triunfo de la Cristiandad armada que hoy combate! ¡Antes de que, huidos por breñas pirenaicas, tengamos que soñar en nuevas Covadongas, en nuevos 18 de julio! ¡Seamos más católicos e imperiales que nunca! Frente a los presagios de un Oriente en revancha bestial e incalculable. Españoles y gentes arias del mundo: ¡a defender la Cristiandad! (Giménez Caballero 1942, p. 5)

La acumulación de enunciados directivos, atenuados por cierto tono humorístico, constituye, en cambio, una de las estrategias argumentativas de *Cartas a las camaradas* (Neville 1938, p. 16), texto en que Edgar Neville indica los pasos que tiene que dar una mujer, la mujer azul que quiere el franquismo, es decir, una figura pasiva a la que le corresponde solo una misión educadora:

Refinaos vosotras, *hablad* bajito, *desterrad* el clásico chillido de la española ineducada. *Sonreíd* siempre, no cuesta nada. *No os fieis* de los que nunca sonríen, suelen ser mala gente. *Sonreíd* para todo, la seriedad del burro no significa ni lleva a ningún lado.

Procurad no vestiros de “señora española que va a un pésame” en cuanto lleguéis a los cuarenta. No conduce a nada el pasearse por la calle llena de velos, como esas mujeres que van por las calles como amortajadas.

Os corresponde educar a los hijos, a los novios, a los amigos, pero aún tenéis una labor más difícil y en la que sólo obtendréis éxitos aislados, y es la de educar a las personas mayores.

Sed buenas y comprensivas con ellas, daos cuenta del ambiente en que crecieron, *disculpadlas* por eso, pero *procurad* limar las uñas de las que arañan (Neville 1938, p. 16).

En contraposición con la actitud expresada mediante la modalidad imperativa, con el fin de asegurarse la adhesión de las lectoras, el locutor asume también un talante extremadamente cortés, que se manifiesta mediante un léxico intensificado (*tremenda*, *gloriosa* y *difícil*) que aspira a exaltar la trascendencia de la función de la mujer, incluso más importante que la del hombre, en las tareas de edificación de la nueva España. El recurso a la modalidad exclamativa, para terminar, supone un incremento de la fuerza argumentativa del enunciado y, por lo tanto, del efecto persuasivo perseguido:

¡Qué *tremenda* tarea la de las mujeres de la nueva España!

¡Qué *gloriosa* y *difícil* tarea!

Se trata *nada menos* que de educar al país, de educarle en lo más difícil, en lo que no puede regularse en libros de texto, en lo que no puede definirse exactamente en un discurso. Tenéis que elevar el nivel del tono medio español, con vuestro esfuerzo, usando de todas las armas que posee la mujer para lograrlo.

Los hombres enseñaremos a nuestros hijos leyes y técnicas, amor a la Patria y desdén a la muerte; *pero las mujeres...* (Neville 1938, p. 16).

El índice de frecuencia de la modalidad interrogativa es tan alto que merece la pena proponer otro ejemplo en el que se percibe cómo las preguntas, aunque no impliquen una respuesta, constituyen un recurso fático o, más exactamente, un expediente para involucrar directamente al interlocutor. Contribuyen, por lo tanto, a la realización del objetivo perlocutivo.

El ejemplo que presento a continuación está extraído de *Defensa de la cristiandad*, una cristiandad que depende solo del futuro del Eje, la trinidad a la que se ha confiado el destino de la humanidad. A lo largo del texto se percibe

un matiz amenazador que se realiza mediante un tono ascendente, obtenido -en el fragmento que propongo- no solo por la acumulación de interrogativas, sino también por la entonación exclamativa y la fuerza ilocutiva manifestada por el explicitación del sujeto y el empleo del verbo performativo *asegurar*, con el cual el locutor se autoproclama argumento de autoridad:

A aquella revolución se la llamó “ensayo general” de la que venía en marcha. Y así fue. 1936-1939. ¡Españoles! ¿Olvidasteis ya los tres años de espanto? ¿Olvidasteis ya el martillo y la hoz, aquella hoz simbólica en forma de media luna oriental? ¿Olvidasteis ya aquella España donde ya hubo Omeyas moscovitas que encuadraron hordas ibéricas para quemar iglesias, asesinar sangre cristiana y pulverizar la tradición romanogermánica, católica de nuestra Patria? ¡Pues yo os aseguro que la revolución de 1936-1939 fue un “juego inocente” ante lo que vendría en España si desaparecieran el Águila de San Juan, de la Falange; el Águila de Roma y el Cóndor germánico. (Giménez Caballero 1942, p. 5)

4.4. El lenguaje emotivo

A lo largo de mi estudio, en varias ocasiones me he referido al empleo de un lenguaje emotivo, casi como una característica constante que se manifiesta en todos los niveles, tanto en la macro como en la microestructura, en el recurso al léxico eufórico y disfórico, a la metáfora, la anáfora, la modalidad interrogativa, exclamativa o directiva... Sin embargo, antes de exponer mis conclusiones, considero importante proponer un último ejemplo en el que la adhesión del destinatario se persigue mediante el recurso a la polifonía. Entrando en detalle, la inserción del discurso directo, infantil, apunta a la esfera emotiva del interlocutor ideal, esto es, las mujeres, pero, sobre todo, las madres españolas. El título (*Quehaceres de María y de Marta en la España nueva*), con su clara alusión religiosa, la descripción de la pequeña protagonista, la referencia a las tragedias familiares determinadas por la guerra civil, la actitud caritativa y conmovida del locutor – narrador homodiegético, además, sirven para asegurar la adhesión del destinatario. La adjetivación, la modalidad de la enunciación, a veces exclamativa, a veces interrogativa, además de una elocutio debidamente elaborada, construyen un discurso que pretende ensalzar la misión de la Sección Femenina y, por consiguiente, atraer a nuevas afiliadas:

Deslizando su *mano menuda* en la mía: –*Mamaíta*- me dijo –, *¿verdad, que no me llevarán de aquí?*

Yo la miré hondamente perpleja, *conmovida* hasta en lo más profundo del ser.

¡*Mamaíta!*... Tenía una *cara pálida de hambre y de sótano*, y una *mirada espantada* de haber visto demasiado. La tomé en los brazos. Y la tibieza blanda de su mano se deslizó por mi cara. [...]

Era una nena *huérfana* de nuestro Hogar de Vidania. Que *yo veía por primera vez*. Que *por primera vez me veía*. Una *tragedia* familiar, una de las *infinitas tragedias anónimas* de España –el *padre* caído en nuestro frente, la *madre*, fusilada “del otro lado”–, había derrumbado su mundo pequeño, trastornaba sin duda, en su *pequeño cerebro*, el sentido real de las cosas, de los hechos, de los conceptos. [...] ¿Por qué llamaba «*mamaíta*» a una mujer desconocida? ¿Un parecido quizá? ¿Un *hambre insaciada de ternura*? ¿Un impulso instintivo a cobijarse en una feminidad? En ese instante en que *yo besé a la niña pálida* que me llamaba «*madre*» comprendí toda la magnitud del *maravilloso campo de acción que nuestra Patria brinda hoy a sus hijas*. Y vi el camino a seguir: ser *María* –y comprensión– junto al hondo dolor que por todas sus heridas emana el alma de España, y *Marta*, fecunda y eficiente, ante la tarea material de curarlas. (Icaza, 1938, pp. 52-53).

5. Conclusión

A la luz de lo que se ha visto hasta ahora, podemos confirmar que tanto *Y* como *Legiones y Falanges*, a pesar de las diferencias que se han evidenciado, se configuran como instrumento de propaganda del joven gobierno franquista que, durante sus primeros años de vida, aspira a asentar su universo ideológico y justificar su razón de ser, además de, como se aprecia en *Y*, redefinir la identidad de la mujer española. Con estos objetivos, el enunciador institucional de ambas revistas, además de ofrecer una visión del ambiente sociopolítico y cultural de los primeros años del franquismo y de la Segunda Guerra Mundial, impone una lectura tendenciosa de las causas del sacrificio de tantos españoles y de los remedios necesarios para la solución de una crisis de raíces antiguas (Prestigiacomo 2015). Todo expresado mediante un discurso manipulativo, que revela abuso de poder y voluntad de ejercer un control mental en el lector (Van Dijk 2008, 2009 y 2010), con las evidentes consecuencias sociales y cognitivas que esto conlleva. En otras palabras, los locutores de las dos revistas tienden a formular una argumentación ilícita, que se funda en los elementos típicos de la retórica populista:

- a) una macroestructura, elaborada en función de un objetivo persuasivo, que se encomienda en los efectos irracionales del lenguaje (el tono amenazador y profético es ejemplo de ello),
- b) unos argumentos, que reflejan, además de la contraposición constante entre el bien (la Falange y el franquismo) y la “fuente del mal” (Charaudeau 2011), la exaltación de la figura providencial y carismática del líder o la manipulación del discurso científico
- c) una modalidad de la enunciación (enunciados interrogativos, exclamativos y directivos) que busca impactar en el lector. Un efecto llevado a cabo también a través de
- d) una modalidad extremadamente apreciativa del enunciado, que se manifiesta a través del recurso a metáforas e intensificaciones, a un léxico eufórico y disfórico, a anáforas, repeticiones, etc., que aspira a influir en la esfera emotiva de las lectoras y los lectores.

A modo de conclusión, añadiré una última reflexión. Con este trabajo no he pretendido solo contribuir al estudio del discurso de la prensa del primer franquismo, sino también invitar a reflexionar sobre cómo, en un discurso de tipo unidireccional, el destinatario ideal, mujer u hombre, puede influir en la elección de las estrategias persuasivas más eficaces.

Referências

- Anscombre J.-C. & Ducrot O. (1994). *La argumentación en la lengua*. Madrid: Gredos.
- Cayuela Sánchez, S. (2014). *Por la grandeza de la patria. La biopolítica en la España de Franco (1939-1975)*. Madrid: FCE.
- Charaudeau, P. (2003). *El discurso de la información. La construcción del espejo social*. Barcelona: Gedisa Editorial.
- Charaudeau, P. (2008). Pathos et discours politique. *Émotions et discours. L'usage des passions dans la langue*. Rennes: Presses universitaires de Rennes. <http://www.patrick-charaudeau.com/Pathos-et-discours-politique.html>
- Charaudeau, P. (2009). Reflexiones para el análisis del discurso populista. *Discurso&Sociedad*, 3/2, 253-279. [http://www.dissoc.org/ediciones/v03n02/DS3\(2\)Charaudeau.html](http://www.dissoc.org/ediciones/v03n02/DS3(2)Charaudeau.html).
- Charaudeau, P. (2011). Las emociones como efectos de discurso. *Versión, La experiencia emocional y sus razones*, 26, México, UAM, 97-118. In Patrick Charaudeau - Livres, articles, publications, <http://www.patrick-charaudeau.com/Las-emociones-como-efectos-de.html>

- Ducrot, O. (2001). *El decir y lo dicho*. Buenos Aires: Edicial. Trad. de *Le dire et le dit*. Paris: Les Éditions de Minuit, 1985.
- Fuentes Rodríguez, C. (2004). Enunciación, aserción y modalidad, tres clásicos. *Anuario de Estudios Filológicos*, XXVII, 121-145.
- Fuentes Rodríguez, C. (2009). *Diccionario de conectores y operadores del español*. Madrid: Arco Libros.
- Fuentes Rodríguez, C. (2013). La gramática discursiva: niveles, unidades y planos de análisis. *Nuevas tendencias en el análisis del discurso, Cuadernos AISPI*, 2, 15-36. <http://www.aispi.it/magazine/issues/2-slash-2013-nuevas-tendencias-en-la-linguistica-del-discurso>
- Fuentes Rodríguez, C. (2017[2000]). *Lingüística pragmática y análisis del discurso*, Madrid: Arco Libros.
- Fuentes Rodríguez, C. & Alcaide Lara, E. R. (2002). *Los mecanismos lingüísticos de la persuasión*. Madrid: Arco Libros.
- Fuentes Rodríguez, C. & Alcaide Lara, E. R. (2008). *(Des)cortesía. Agresividad y violencia verbal en la sociedad actual*, Sevilla, Universidad Internacional de Andalucía.
- Lo Cascio, V. (1991). *Grammatica dell'argomentare. Strategie e strutture*. Firenze: La Nuova Italia.
- Lo Cascio, V. (2009). *Persuadere e convincere oggi. Nuovo manuale dell'argomentazione*. Città di Castello (PG): Academia Universa Press.
- Martínez Garrido, E. (1997). Elementos de oratoria sagrada en el discurso fascista italo-español. *Revista de Filología Románica*, 14(1), 333-343. <http://revistas.ucm.es/index.php/RFRM/article/view/RFRM9797120333A>
- Prestigiacomo, C. (2015). *Legiones y Falanges: Estrategias argumentativas para "una España Nueva, Libre y Grande"*. En Sinatra, C. (a cura di), *Stampa e Regimi. Studi su Legioni e Falangi/Legiones y Falanges, una "Rivista d'Italia e di Spagna"*. Bern: Peter Lang, 253-276.
- Prestigiacomo, C. (2016). Ciencia y manipulación discursiva en *Legiones y Falanges: «Características raciales del comunismo»*. En Prestigiacomo, C. (a cura di), *Identità, totalitarismi e stampa. Ricodifica linguistico-culturale dei media di regime*. Palermo: UniPa Press, 257-275.
- Prestigiacomo, C. (2017). Legiones y Falanges: construcción lingüístico-discursiva del enemigo. *Redis: revista de estudos do discurso*, 6, 172-192. <https://ojs.letras.up.pt/index.php/re/issue/view/240>
- Prestigiacomo, C. (2018). La forja de la posverdad en el discurso nacionalsindicalista: Y (1938-1945). En Di Gesù, F.; Pinto, A.; Polizzi, A. (Eds.), *Media, Power and Identity: Discursive Strategies in Ideologically-Oriented Discourse*. Palermo: UniPaPress, 149-168.
- Prestigiacomo, C. (2019). Estrategias persuasivas en el discurso nacionalsindicalista: Y (1938-1945). *Rassegna Iberistica*, 42, 267-288.

- Prestigiacomo, C. (2020). La costruzione dell'identità femminile nel franchismo: «Y» Revista femenina española (1938-1945). En F. La Mantia & A. Le Moli (a cura di), *Persona, comunità, strategie identitarie* (vol. 1). Palermo: Palermo University Press, 179-194.
- Sánchez García, F. J. (2010). *Pragmática de los titulares políticos. Las estrategias implícitas de persuasión ideológica*. Madrid: Visor Libros.
- Sinatra, C. (a cura di) (2015). *Stampa e Regimi. Studi su Legioni e Falangi/Legiones y Falanges, una "Rivista d'Italia e di Spagna"*. Bern: Peter Lang.
- Van Dijk, T. A. (2003). *Ideología y discurso*. Barcelona: Ariel.
- Van Dijk, T. A. (2005): Política, ideología y discurso. *Quórum Académico*, 2, 2: 15-47. <http://www.discursos.org/oldarticles/Politica%20ideologia.pdf>.
- Van Dijk, T. A. (2006). Discurso y manipulación: discusión teórica y algunas aplicaciones. *Revista Signos: estudios de lingüística*, 60, 49-74.
- Van Dijk T. A. (2008). Semántica del discurso e ideología. *Discurso&Sociedad*, 2 (1), 201 - 261. <http://www.dissoc.org/ediciones/v02n01/DS2%281%29Van%20Dijk.pdf>
- Van Dijk T. A. (2009). *Discurso y poder*. Barcelona: Gedisa editorial.
- Van Dijk T. A. (2010). Discurso, conocimiento, poder y política. Hacia un análisis crítico epistémico del discurso. *Revista de Investigación Lingüística*, 13, 167-215. <http://revistas.um.es/ril/article/view/114181/108121>

Webgrafía

- <http://www.filosofia.org/>
<http://www.bne.es/es/Catalogos/HemerotecaDigital/>

Corpus

- Bosch Marín, J. (1938). El fuero del trabajo y la mujer. *Y*, 3, 20.
- De Echarri, X. (1942). La revolución y la victoria. *Legiones y Falanges*, 18, 4.
- De la Serna, V. (1938). La mujer en la guerra, Trabajar, orar, combatir. *Y*, 4, 6-8.
- Echarri, X. (1942). Franco caudillo europeo. *Legiones y Falanges*, 23, 6-7.
- Escotado Giménez, R., Esperanza del mar español. *Legiones y Falanges*, 28, 4.
- Giménez Caballero, E. (1941). La revolución de España. *Legiones y Falanges*, 10, 6-7.
- Giménez Caballero, E. (1942). Presagios, Defensa de la Cristiandad. *Legiones y Falanges*, 16, 4-5.
- Icaza, C. (1938). Quehaceres de María y de Marta en la España nueva. *Y*, 2, 52-53.
- Montemayor, I. (1942). Victoria de España en el mundo. *Legiones y Falanges*, 18, 10-11.
- Neville, E. (1938). Cartas a las camaradas. *Y*, 5, 16.
- Neville, E. (1938). Margarita Nelken o la maldad. *Y*, 8, 12.
- Vallejo Nájera, A. (1941). Características raciales del comunismo. *Legiones y Falanges*, 14, 24-25.

A (DES)CORTESIA DISSIMULADA NOS DISCURSOS CONSIDERADOS 'POPULISTAS' EM PORTUGAL

Isabel Roboredo Seara*

1. Introdução. Noção de 'populismo': circunscrever o conceito numa perspectiva interdisciplinar

A palavra 'populismo' evoca os ressentimentos de longa data do homem comum, levados à efervescência por políticos carismáticos que fazem promessas impossíveis. Como pode ler-se na capa do jornal *The Guardian*, em 10 de janeiro de 2019, "Nós, o povo: a batalha para definir o populismo", um artigo da autoria de Peter C. Baker.¹

Em primeiro lugar, e subscrevendo a reflexão de Paus (2020), consideramos que o 'populismo' é uma etiqueta que se aplica a determinados partidos e líderes políticos, tendo em conta os programas e a visão que preconizam, embora saibamos que esta qualificação lhes é atribuída por terceiros, pelos adversários ou pelos analistas políticos e que os partidos, propriamente ditos, não apreciam, de bom grado, esta designação. Como sublinha Godin:

Le populisme est moins une idéologie qu'une rhétorique. Il existe une manière populiste, reconnaissable entre toutes, et qui transcende les clivages politiques et nationaux classiques (2012, p. 6).

Sabemos que o populismo é um fenómeno complexo, que o termo, em si, é evasivo ("Il n'ya pas de termes plus insaisissables que le 'populisme', afirma Mayern (2005, p. 161)) e, por isso, é necessário mobilizar conhecimentos de vários campos disciplinares, desde os estudos de Sociologia e de Ciência Política até às Ciências da Linguagem, para o compreender. Na evolução diacrónica do termo e conceito, amplamente referida, desde o uso pejorativo no século XIX

* isabel.seara@uab.pt

1 <https://www.theguardian.com/news/2019/jan/10/we-the-people-the-battle-to-define-populism>.

na Rússia, a partir da tomada de posição do movimento Narodniki contra o regime dos czares (Narodnicesto significa justamente o sentimento “qui porte vers le peuple”) até ao peronismo na Argentina, ao carismático Hugo Chavez e ao seu herdeiro Nicolas Maduro, até ao movimento ‘Tea Party’ nos Estados Unidos de contestação da elite política e financeira, múltiplas são as manifestações populistas bem descritas pelos analistas políticos e pelos historiadores sociais. Alguns dos exemplos anotados dos denominados regimes populistas evidenciam que não é possível pensar numa definição singular e congregadora, pois os contextos históricos, sociais e políticos influenciam indubitavelmente as diferentes formas de assunção, pois, como afirma Charaudeau:

Il y aurait des populismes classistes, voire ethnicistes; des populismes nationalistes, plus ou moins autoritaires, jouant sur l’identité nationale et la ségrégation; des populismes néolibéraux; des populismes de circonstance s’exprimant dans les campagnes électorales à l’aide d’expressions démagogiques, afin de séduire les masses populaires (2011, p. 103).

Corroborando estas ideias, Drămnescu explicita o caso europeu, bem distinto dos da América Latina:

“In most countries of Europe through their discourse, populist politicians exploit social frustration generated by economic problems by showing the main culprits: corruption, political elitism and immigrants” (2017, p. 3).

Por seu turno, Pierre-André Taguieff, um dos maiores estudiosos deste fenómeno, define o populismo como:

“un style politique fondé sur l’appel au peuple ainsi que sur le culte et la défense du peuple, compatible en principe avec toutes les idéologies politiques” (Taguieff 2007, p.31).

E, posteriormente, acrescenta esta ideia:

“l’acte de prendre publiquement le parti du peuple contre les élites, ou encore par le “culte du peuple” avec diverses connotations (souveraineté populaire, culture populaire, etc.)”. (Taguieff 2012, p. 39)

Em sintonia com esta definição, Jamin (2009) considera que o populismo é um estilo político que procura mobilizar o maior número de pessoas, usando

a demagogia. Não faremos aqui a perspectiva diacrónica da evolução do termo, embora nos pareça que tal é muito importante para compreender a sua evolução semântica. O populista será aquele, que em nome de uma pretensa homogeneidade do povo, se fundamenta no ressentimento popular contra as ditas 'élites' (Raynaud 2017).

O populismo é, pois, uma forma de fazer política que rompe com uma tradição secular em que esta era concebida como uma deliberação racional e pluralista tendo em vista o bem comum, uma tradição assente na democracia representativa. Assistimos hoje, em vários países do mundo, a fenómenos de política-espetáculo, à conceção de facto político como um tele-espetáculo com o seu drama instantâneo, com a exclusão do mais fraco, com o imediatismo infantil e não refletido da comunicação por *tweets*, pela manipulação das emoções, em tempo real. Estes, entre outros fatores, estão na génese da explicação do sucesso recente dos movimentos e partidos populistas, e traduzem a volatilidade das expectativas e das expressões políticas que desafiam as previsões mais consistentes e sólidas. Configura, por isso, tanto o ressurgimento de velhos fenómenos, como o início de uma profunda transformação da política que decorre da erosão dos mecanismos democrático, das disfunções de algumas instituições, decorrendo de um estado de possível exaustão, como é assinalado por Drămnescu:

As a political phenomenon, populism did not arise from nothing but it is the natural outcome of the culmination of a stage of exhaustion, trivialization and cultural and ideological exhaustion of the elites in power. Frustration, constant disappointment, repeated deception and expectation without any hope to cling to are the key factors conducive to the recrudescence of this phenomenon. (2014, p. 4)

Para dois dos teorizadores do populismo, amplamente citados, De la Torre (2003) e Laclau (1987 e 2005), é populista a reconstrução politizada de identidades desarticuladas expressas através de um discurso que opõe o espaço social em dois campos políticos dicotómicos, a célebre dicotomia social “os de baixo” e “os de cima”, definindo-se assim o fenómeno populista a partir das categorias “deslocação”, “inscrição” e “fronteira”, anotadas em Laclau (1987). Corroborando esta ideia, De la Torre sustenta que uma das peculiaridades do populismo seria: “la construcción discursiva de la sociedad como un campo antagónico y maniqueo en el que se enfrentan el pueblo y la oligarquía” (De la Torre 2003, p. 60).

As várias aceções do fenómeno que passámos em revista decorrem, sobretudo, de abordagens no campo da Sociologia, da Ciência Política e da Antropologia, sendo, contudo, a posição do analista do discurso Patrick Charaudeau aquela em que verdadeiramente nos filiamos. Este autor considera:

Le populisme n'est pas un régime politique. Il est une stratégie de conquête ou d'exercice du pouvoir à travers un discours qui reprend la scénographie du discours politique en radicalisant les imaginaires: la dénonciation du désordre social est exacerbée en crise dont le peuple est victime; la critique des responsables devient satanisation des coupables; la défense des valeurs se fait dans un discours d'exaltation paroxystique; et le leader se construit une image de sauveur providentiel (2016, p. 37).

Como sublinhámos nesta citação, distantes dos posicionamentos dos analistas políticos ou dos sociólogos, colocamo-nos na posição de analista do discurso, reforçando a ideia da “estratégia de conquista ou exercício do poder através de um discurso que retoma a cenografia do discurso político, radicalizando os imaginários sociais”, subscrita por Charaudeau. Defendemos, pois, a ideia de que o populismo é mais uma retórica do que uma ideologia, tal como defende Latifi ao afirmar:

The classical conception of populism via the central and cause of the ‘people’ may seem too nebulous and too emotive. Today it is difficult to imagine the concept of populism as not worth analysing without the associated populist rhetoric within the political discourse. (2014, p. 174)

2. Construção do discurso dito ‘populista’ em Portugal: quais as estratégias discursivas recorrentes?

Procedamos a uma breve nota introdutória de enquadramento do Partido CHEGA e do seu líder. André Ventura, em 2019, fundou o partido político CHEGA, e a 12 de abril de 2019, associou-se à Coligação BASTA! para as Eleições Parlamentares Europeias de 2019. Não conseguindo eleger qualquer euro-deputado, a coligação foi dissolvida a 30 de julho de 2019. Posteriormente, concorreu às eleições legislativas 2019 pelo CHEGA, como cabeça de lista pelo círculo eleitoral de Lisboa, tendo sido eleito como o primeiro deputado do partido por si fundado. O líder do partido assume posições liberais economicamente, nacionalistas culturalmente e conservadoras em questões de costumes.

Realcem-se algumas asserções constantes do Manifesto Político Fundador (<https://partidochega.pt/manifesto/>): o apelo aos descontentes com o sistema, a que se alude repetidamente neste manifesto:

“O CHEGA está aqui para mobilizar os muitos descontentes. Já pouca gente espera dessa oligarquia organizada em torno dos chamados ‘partidos do sistema’ que leve a cabo as reformas imprescindíveis que os portugueses reconhecem como necessárias mas às quais a oligarquia não mete ombros porque essas reformas representariam, como é evidente, o fim do seu poder. Poder moribundo, mas ainda actuante”;

e, mais adiante:

“É para dar voz ao descontentamento e meter ombros a essa mudança que aqui estamos.”

A construção deste ideário populista do Manifesto assenta num léxico com carga negativa e agressiva, identificando o Estado português como “um monstro burocrático”, “um monstro predador”, “uma máquina de assalto ao cidadão”, qualificando a cobrança de impostos como “um roubo”, reiterado na expressão “No estado a que chegamos, a cobrança de impostos é um roubo. Roubo puro e simples”. A construção anafórica é recorrente neste Manifesto, destacando-se um parágrafo inteiro em que é enunciado o que o partido se impõe *recusar*, um verbo de negação, que explicita o que o partido declina, rejeita, não concede e não admite. (“Recusar frontalmente o marxismo cultural; recusar a ditadura da ideologia de género; recusar o aborto-a-pedido; recusar fronteiras escancaradas”). Esta afirmação peremptória da crença em valores ditos patrióticos culmina, nas linhas derradeiras do Manifesto, na oposição ‘Eles’/‘Nós’ (já assinalada em van Dijk 2008), em que os outros detêm “mentalidades rotineiras, gastas e vazias”, com sistemas “caducos, ultrapassados e sem destino”, estruturas corruptos, podres e venais”, insistindo numa adjetivação maledicente, desvalorizadora, hostil que diaboliza os adversários, ao passo que o CHEGA assumindo o autoelogio, assume-se como um partido “que veio para, de forma transparente, democrática, corajosa e eficaz, devolver os portugueses a Portugal”. Instala-se, portanto, um confronto dialético entre o ‘povo puro’ e a ‘elite corrupta’, usando as expressões no sentido atribuído por Mudde (2004).

I define populism as a thin-centered ideology that considers society to be ultimately separated into two homogenous and antagonistic groups: “the pure people” and “the corrupt elite,” and argues that politics should be an expression of the *volonté générale* (general will) of the people (Mudde 2004, p. 546; Mudde & Kaltwasser 2017).

The core features of the populist ideology are monism and moralism: both “the people” and “the elite” are seen as sharing the same interests and values, while the main distinction between them is based on morals (i.e. “pure” versus “corrupt”). Populists claim that they, and they alone, represent the whole people (Mueller 2016), while “the elite” represent “special interests.” Obviously, “the people” is a construct, which can be defined in many different ways (Canovan 2005).

Nas áreas da justiça, segurança e imigração, o CHEGA está alinhado com as propostas comuns à autodenominada “direita iliberal” europeia. A introdução de legislação, no Código Penal, sobre a castração química como forma de punição de agressores sexuais, a qualquer culpado de crimes de natureza sexual cometidos sobre menores de 16 anos, é uma das ideias do CHEGA. Outra proposta do partido passa pela oposição frontal à tipificação do chamado «crime de ódio» na lei penal portuguesa. Ventura defende ser necessária uma reflexão sobre o regime de liberdade condicional ou sobre o agravamento da moldura penal para crimes particularmente graves, defendendo a obrigatoriedade de penas de prisão efetiva para quaisquer crimes de violação, sem possibilidade de pena suspensa, e introdução da pena de prisão perpétua para os crimes considerados mais graves, nomeadamente crimes de terrorismo ou homicídios com características específicas. Defende, ainda, a retirada de todos os privilégios nas prisões (salários, apoios sociais, bolsas de estudo, etc.) para reclusos condenados por terrorismo e quaisquer imigrantes ilegais.

As políticas do CHEGA incluem, em suma, o reforço de penas para crimes graves – incluindo castração química e prisão perpétua no programa – e o reforço das garantias de atuação das polícias. O discurso antielites é feito contra os partidos atuais, com propostas de redução do número de deputados e a mensagem de que a corrupção é generalizada. A mensagem anti-imigração, que mais atenção tem atraído, visa comunidades específicas, como a dos ciganos. Pelo meio, ataca indiscriminadamente os representantes do “sistema”, Presidente da República, Governo e a própria Assembleia da República, de que faz parte, mas de onde se exclui.

No discurso populista são recorrentes algumas temáticas, descritas e analisadas por alguns investigadores: a soberania é a do povo, assumindo a retoma das ideias de nacionalismos. Veja-se a definição do próprio partido CHEGA na sua página Facebook: “um partido político de base e natureza essencialmente popular. Nasce da incapacidade dos partidos e movimentos políticos existentes...”. Claramente no discurso explícito surge a “incapacidade dos outros...”.



Figura 1: Página de entrada do partido: apresentação: <https://partidocheга.pt/>

2.1. O apelo ao povo: a oposição povo / elites

O apelo ao povo, no discurso populista, passa pela valorização deste, mobilizando-o para um 'apelo contra': um apelo a reagir contra as elites, contra os estrangeiros, contra as minorias étnicas, ou qualquer categoria social que seja considerada perturbadora ou ameaçadora para a nação portuguesa.

Assiste-se, pois, à instauração da dicotomia: o povo, categoria homogénea, maioritária, composta por pessoas autênticas, trabalhadoras e honestas, que, por ser maioritária, induz a uma forma de legitimação e que o líder do partido denomina "pessoas de bem"; em oposição às elites, minoritárias, heterogéneas, parasitas, ilegítimas e corruptas. A oposição é representada, maioritariamente, por políticos, burocratas e grupos financeiros. Fica comprovada a lógica de oposição identitária já referida por Jamin:

On peut parler d'une logique d'opposition identitaire en ayant d'un côté "nous" et "eux", les "bons" et les "mauvais", "ceux d'ici" et "ceux de là-bas" mais aussi des "nationaux" et des "étrangers". (Jamin 2009, p. 107)

Os *tweets* do fundador do CHEGA comprovam também este posicionamento. Atente-se neste exemplo, em que se assume que o partido é "a voz de um povo inteiro farto de corrupção e impunidade".

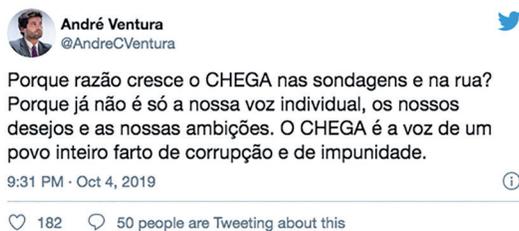


Figura 2: Post de André Ventura na rede social Facebook no dia 4 de outubro de 2019

2.2. O destinatário coletivo global

A segunda característica do discurso populista é que este se destina a toda a população e não se focaliza numa categoria social específica como a classe operária ou trabalhadora (como no caso do partido comunista), pois o objetivo é alcançar o maior número possível de pessoas.

Os discursos populistas visam desenvolver ao máximo o sentimento de pertença nacional e, portanto, construir uma rejeição de tudo o que não faz parte da nação, o que está em relação com o que anotaremos no ponto 2.4.

Além disso, podemos acrescentar que uma tónica do discurso populista é o desejo de “devolver o poder” ao povo por meio de muitas promessas; no entanto, em termos de programa político, muitas vezes não é claro. O ‘povo’, no discurso populista, pode ser definido por uma identidade étnica que sente estar ameaçada, em que perpassa igualmente um sentimento comum de ser vítima de exploração económica. O que importa é que se culpa uma classe de elites corruptas; no caso de populismos de direita, também podem desprezar-se algumas classes inferiores, sejam imigrantes ou minorias raciais, a quem as elites são acusadas de favorecer com tratamento especial como parte de sua conspiração para manter o poder longe de ‘pessoas comuns’.

2.3. A austeridade

Neste mesmo sentido, surge repetidamente a temática da ‘austeridade’, denunciando a corrupção dos mercados financeiros a nível mundial. Preconiza-se uma economia protecionista, com fronteiras fechadas, e critica-se a grande carga de impostos sobre os cidadãos comuns. No entanto, como explica Mudde

(2007), o partido focaliza-se prioritariamente nas temáticas da imigração, da segurança e na defesa dos valores tradicionais e conservadores, remetendo para um lugar secundário o tema da economia, dado este não se assumir como a base da sua ideologia. De resto, a palavra 'economia' não surge sequer no Manifesto Político Fundador, afirmando-se apenas sobre esta temática: "O CHEGA não aceita a máquina de extorsão de impostos a que hoje se resume o Estado português. Uma máquina de assalto ao cidadão, um cidadão unidimensional porque apenas visto como 'contribuinte'". Subscrive, por isso, o desmantelamento da estrutura policial subjacente ao Fisco como absoluta prioridade do partido, ao afirmar: "Será uma reforma que não deixará pedra sobre pedra do sistema tributário que onera, de forma absolutamente desproporcionada, todos aqueles que trabalham e geram riqueza". Atente-se nas expressões usadas "máquina de assalto ao cidadão" e "não deixará pedra sobre pedra", que concorrem para a radicalização do discurso, imbuídas de uma dimensão acusativa.

2.4. A exacerbação da identidade nacional: a soberania nacional política e económica

O discurso populista constrói-se a partir de um sentimento de pertença, de orgulho nacionalista, rejeitando tudo o que ameaça esta crença. Taguieff evidencia esta oposição, que justifica a dimensão retórica e não ideológica do populismo, pois o facto de expressar constantemente oposição não permite fundar uma posição doutrinária: "On explique cette opposition comme étant une rhétorique autour du blâme et de l'éloge, de la fascination et du rejet voire de l'amour et de la haine. (Taguieff, 2007 e Dockendorf & Kaise 2009, p. 84)

Por sua vez, a questão da identidade nacional está plasmada no discurso que exalta um patriotismo da nação (dos nascidos no país). Recorde-se, a este propósito, o discurso de Marine Le Pen, líder do Rassemblement National, partido francês considerado da mesma facção política, a 30 de outubro de 2020, manifestando-se contra o direito de os cidadãos de origem portuguesa aprenderem a língua dos seus pais e avós na escola e defendendo a obrigatoriedade do ensino exclusivo da língua e da cultura francesas². Atente-se na proximi-

2 Para a líder do Rassemblement National, o ensino do português, assim como o das outras línguas de origem, não tem cabimento no sistema educativo oficial do seu país. "O papel da educação nacional francesa é de fazer franceses os filhos dos imigrantes" (entrevista de Marianne Le Pen ao Expresso e Rádio Alfa, 9 de outubro de 2020, disponível em: <https://radioalfa.net/marine-le-pen-contr-o>

dade com o discurso xenófobo, em que se estabelece a distinção entre cidadãos de primeira e de segunda.

Teve ampla repercussão a posição política do líder do CHEGA, André Ventura, que, servindo-se da rede social Twitter, tem explicado e reforçado algumas das suas posições políticas mais polémicas. Atente-se na posição que assumiu sobre a comunidade cigana em Portugal:

“Temos tido uma excessiva tolerância com alguns grupos e minorias étnicas. Não compreendo que haja pessoas à espera de reabilitação nas suas habitações, quando algumas famílias, por serem de etnia cigana, têm sempre a casa arranjada. Já para não falar que ocupam espaços ilegalmente e ninguém faz nada. Quem tem de trabalhar todos os dias para pagar as contas no final do mês olha para isto com enorme perplexidade. Isto não é racismo nem xenofobia, é resolver um problema que existe porque há minorias no nosso país que acham que estão acima da lei.” (entrevista ao *Notícias ao Minuto*, julho 2017)

A posição do líder sobre a Europa e os imigrantes fica bem ilustrada nesta mensagem do Twitter, em que defende que a União Europeia detenha controlo efetivo sobre as pessoas, reforçando o perigo de uma vaga islâmica e deixando claro que para o seu partido estas pessoas terão “um bilhete só de ida”, pois, como afirmou em entrevista à *Rádio Renascença*, em maio de 2019, “para viver dos nossos impostos, já cá temos muitos, não precisamos de mais”.



Figura 3: Post de André Ventura, rede social Facebook, 16 de agosto de 2019, disponível em: <https://www.facebook.com/AndreAmaralVentura/posts/116231276392098>

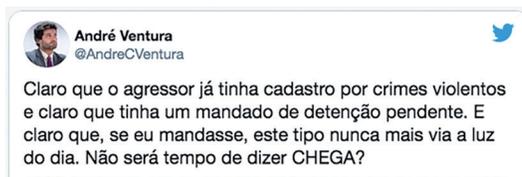


Figura 4: Post de André Ventura na rede social Facebook, 23 de janeiro de 2020

2.5. Identidade negativa

Naquilo que designamos retórica populista, a ideia fundadora é ‘estar contra’. A identidade alicerça-se na oposição ao seu contrário, na negação e na sua estigmatização.

Sistematicamente assume uma lógica da oposição identitária, assente na dicotomia atrás enunciada “nós e “eles”; os bons contra os maus, os nacionais contra os estrangeiros; a etnia branca contra as outras etnias, etc. Procede a uma análise do mundo, desenhando um futuro hostil e sombrio. A mundialização é uma ameaça contra a nação e a identidade nacional, responsabilizando, recorrentemente, os partidos da governação e as elites pela evolução negativa, criando cenários exagerados e recorrendo ainda ao pânico identitário (Monzat 2011). Taguieff explica essa oposição como uma construção retórica em torno da culpa e do elogio, fascinação e rejeição, até mesmo amor e ódio. (Taguieff 2002)

Outra ideia que perpassa é construída através da imagem da imigração que o líder tenta associar ao conceito de dependência, de insegurança. Nas questões sociais marca-se explicitamente a hostilidade às comunidades homossexuais e a recusa do aborto assistido, em franca oposição à liberalização da moral vigente, que é sinal de decadência.

Atente-se nesta outra passagem do referido Manifesto:

Recusar a ditadura da Ideologia de Género; recusar o aborto-a-pedido ou as cirurgias de mudança de SEXO pagas pelos contribuintes. Recusar o apoio do Estado a toda a panóplia dos frutos do marxismo cultural. Recusar as fronteiras escancaradas para que traficantes de carne humana não venham aqui despejar aquilo a que entre eles apelidam de “a mercadoria”.

No Manifesto Político Fundador do CHEGA está bem clara esta posição da reintrodução da prisão perpétua:

Reintroduziremos a pena de prisão perpétua para crimes bárbaros e horrendos que chocam a comunidade e propiciam um fortíssimo sentimento de perturbação constante da paz e da ordem pública. Igualmente a redefinição das penas criminais, nomeadamente em crimes de homicídio, terrorismo, corrupção, violação e abuso sexual de menores (será apresentada uma proposta legislativa para a previsão da designada castração química nestes casos), é prioridade fundamental do CHEGA, que para isso lutará arduamente em todas as plataformas políticas e institucionais a que tenha acesso.

Outro tema que se afigura recorrente no discurso populista é o da reintrodução da pena de morte. Recorde-se que Portugal foi o primeiro Estado soberano da Europa a abolir pena de morte (1867) para todos os crimes, mas André Ventura considera que esta deve ser reintroduzida no sistema, pelo que promoveu um referendo no seu partido³. Assinale-se que neste referendo (setembro de 2020), 56% dos militantes pronunciou-se contra a pena de morte e os restantes 44% a favor. Foram igualmente chamados a votar sobre o sucessor de André Ventura na liderança do partido, sendo ele o único candidato ao cargo, tendo obtido 99% dos votos, confirmando esta votação a liderança carismática do líder que abordaremos a seguir.

3. O *ethos* carismático do líder do partido CHEGA, André Ventura

Sabemos que não existe populismo sem uma figura de proa carismática que seja mobilizadora e que represente a imagem do chefe, do salvador da pátria, que detenha uma clarividência para saber lutar contra as elites e, sobretudo, que detenha uma excelente capacidade retórica e argumentativa.

Embora a liderança carismática nem sempre seja entendida como subjacente à definição de populismo, é entendida como facilitadora para a compreensão do fenómeno (Hawkins 2010; Kaltwasser 2015) e é um atributo que sobressai nos exemplos analisados de discursos populistas, como fica demonstrado em Zúquete (2017), no artigo “Populism and Religion”, um capítulo de enorme relevância, constante em *The Oxford Handbook of Populism*.

3 Era a seguinte a questão colocada no referendo: “Concorda com a aplicação da pena de morte em casos de terrorismo, homicídio qualificado, abusado sexual de menores ou violação, quando decorram em contexto de especial perversidade ou censurabilidade a definir em lei especial?”

Confirma-se, assim, o pressuposto enunciado por Drămnescu:

From this point of view, populism is more than a simple movement of the masses, it is rather the reaction of the masses to a critical situation and to the appeal, felt as heroic, of a charismatic leader who opposes the power by mobilizing the entire nation. (2014, p. 5)

Todavia, esta ascendência carismática que comumente se atribui aos líderes populistas não é, para alguns analistas, como Hermet (2003) e Dockendorff e Kaiser (2009), apanágio do fenómeno político, já que este tipo de liderança acontece em outros estilos políticos, religiosos, desportivos e, mesmo, sociais.

Há seis imagens que em geral se associam ao líder:

3.1. São homens à frente do seu tempo e, nas narrativas dos partidos populistas, as ideias são interpretadas como sinais da clarividência individual do líder. Acima de tudo, o líder, como profeta, recebe elogios tanto por expor as duras verdades quanto por um compromisso incansável, pelo uso da 'palavra', para expor e destruir as mentiras do paradigma oficial dominante que é promovido pelas elites, que são inimigas do povo. A natureza profética dos líderes é reforçada pela maneira pela qual, aos olhos dos militantes, estilham a falsa visão produzida pelos grupos dominantes e incorporam as vozes atualmente sob domínio, ou que têm estado sob tal domínio.

3.2. A segunda imagem é a do líder como arquétipo moral. As narrativas desses movimentos retrataram os seus respetivos líderes como figuras exemplares. Isto, claro, há muito tempo é visto como parte do arsenal da verdadeira liderança. No século XIX, o teórico social vitoriano Walter Bagehot expressou sua crença que os homens são guiados pelo tipo, não pelo argumento. Nesses casos contemporâneos, o poder do exemplo do líder emana tanto das suas qualidades pessoais como das suas conquistas de vida.

3.3. O líder também é o mártir. Os *scripts* internos destes movimentos compartilham o tema dominante do autossacrifício do líder pela causa. A aflição pessoal realça a imagem missionária do líder como uma figura heroica e estoica que passa pela dor e por tribulações para o cumprimento da missão.

3.4. O líder é o povo. Os movimentos retratam os líderes como personificações do 'homem comum', com qualidades, atitudes e estilos de vida quotidianos. Incorporam o antielitismo radical dos movimentos que lideram. O seu caráter e o seu comportamento ensaiam posicionar-se no extremo oposto das elites egoístas e indiferentes que o povo despreza. Os líderes, por serem do

povo, têm uma atuação direta, espontânea, intuitiva, quase transmitindo em direto o pensamento sub-reptício do povo. Esta dimensão demótica é crucial para a estratégia de autolegitimação como salvadores da comunidade. André Ventura, porém, não cumpre este pressuposto, dado que detém o grau de doutor em Direito, foi professor universitário, consultor na área jurídica de diversas empresas e inspetor tributário⁴.

3.5. Na mesma linha, o líder também é o Partido. O partido político serve para preservar a primazia do líder, bem como o apego pessoal entre os seguidores e o líder. O facto de cada líder estar presente no momento da criação dos partidos (são os fundadores) é mais um fator que explica a natureza altamente personalizada de cada organização. Veja-se, a este propósito, o que aconteceu nos dias da campanha para as eleições regionais nos Açores (25 de outubro de 2020), em que o líder nacional André Ventura contrariou o líder local do *Chega*, vincando a sua liderança e autoridade.

3.6. Em alguns movimentos populistas, há uma identificação da figura do líder com a de missionário. A narrativa central produzida, por exemplo pelas indústrias Le Pen e Chávez, consistia na sacralização dos seus líderes como figuras semelhantes a salvadoras movidas por um sentido profundo de missão para salvar o povo. Este tema predominante confirma o princípio de Robert C. Tucker, na linha de Max Weber, que defendem que “a liderança carismática é especificamente salvacionista ou messiânica por natureza e aqui reside a sua distinção (1968, p. 743).

Um exemplo que ilustra este espírito missionário: na prisão, após o golpe fracassado para derrubar o governo venezuelano, Chávez escreveu uma carta a um amigo, em que se justificava da seguinte forma

Eu não quero nada mais para mim do que estar com os sonhos e esperanças do meu povo e do imenso compromisso que agora sinto nos meus ombros. Eu sinto, querido amigo, que uma força mais forte do que eu está me arrastando como em um furacão. Eu não sinto que pertenço a eu mesmo, sinto que tudo isso me excede. Eu não tenho aspirações pessoais, tenho uma missão (Garrido 2002, p. 91).

A maneira como o líder realiza a missão é, portanto, de grande importância no desenvolvimento da dinâmica carismática (Willner 1984). Tudo isso está interligado com a visão da política como salvação que permeia as estratégias discursivas (verbais e simbólicas) destes movimentos populistas.

4 Vide: <https://partidochega.pt/o-presidente/>

Com base nestes seis pressupostos e na classificação proposta por Charaudeau (2015), em que defende que as noções de *ethos* e carisma são duas categorias distintas da legitimidade, podemos facilmente depreender que o discurso carismático de Ventura decorre desse jogo de imagens que Charaudeau refere como condição para esta construção do *ethos* carismático, que é o da interação:

Le charisme est une affaire d'échange. Il résulte de l'interaction entre des images et des regards qui entrent en résonance et se font écho. Il faut que la personne charismatique se présente comme un miroir-médiateur de cet au-delà, de sorte que le public soit attiré dans un mouvement d'identification, et en même temps mesure que derrière le miroir il y a un idéal, une pureté, un absolu, inatteignable, une sorte de "désir inessentiel". (Charaudeau 2015, p. 7)

Dos vários tipos carismáticos recenseados, descritos e ilustrados por Charaudeau (messiânico, cesarista, enigmático, *sage*, de *alma mater*), encontramos apenas alguns traços deste carisma messiânico no líder André Ventura, sendo claro que é um iniciado, embora esta ascensão no seio do seu partido e a aceitação das suas ideias nos leve a questionar esta forma de construção rápida deste tipo de carisma, em que exalta os valores identitários, ajuda a reforçar a necessidade das condições utópicas da nação como fundadoras da comunidade. Alia-se nesta construção do carisma messiânico naturalmente a assunção da imagem de profeta da desgraça que anuncia potenciais catástrofes e estigmatiza os outros: as formas de representação política e mediática (a classe política, as elites, os *media*); os *lobbies* (grupos de interesse capitalista, a especulação, as corrupções bancárias); as instituições políticas e os adversários coletivos. De resto, a imagem que o líder constrói está em sintonia com as expectativas do povo, na construção de um suporte de identificação, pois "o *ethos* político deve, portanto, mergulhar nos imaginários populares mais amplamente partilhados, uma vez que deve atingir o maior número, em nome de uma espécie de contrato de reconhecimento implícito" (Charaudeau, 2013, p. 87). No caso em análise, o líder deseja convencer todos da pertinência e da ousadia do seu projeto político exibindo, assim, um *ethos* de arrogância. Ora, como anota Marques, "a acusação de arrogância fragiliza o destinatário, ao identificá-lo com uma imagem autoritária, ditatorial, a partir de um contexto de democracia" (Marques 2008, p.7)

4. A (des)cortesia dissimulada e a sua relevância na construção do discurso populista

Os estudos de cortesia privilegiam a análise de estratégias discursivas que subjazem à construção da harmonia social das interações. Em polo oposto, os estudos sobre descortesia e violência verbal privilegiam a análise dos comportamentos verbais que visam ferir a imagem do outro e, de alguma forma, estigmatizá-lo. Sobre estes conceitos, ratificamos as considerações de Kaul de Marlangeon, que defende a existência de um *continuum*:

A cortésia y la descortésia son dos aspectos del mismo continuo, o sea, dos valuaciones opuestas de la misma function, concepto que permite abarcar naturalmente ambos fenómenos, sin planteraos como simples opuestos polares (2008, p. 256)

A cortesia verbal consiste em não produzir atos que ameacem quer a face positiva que corresponde, segundo C. Kerbrat-Orecchioni “au narcissisme et à l'ensemble des images valorisantes que les interlocuteurs construisent et tentent d'imposer d'eux-mêmes dans l'interaction” (1992, p. 168), quer a face negativa, entendida como “Le territoire corporel, spatial, temporel, bien et réserves, matérielles ou cognitives de l'interlocuteur” (*idem*, p. 167).

Qualquer ameaça às faces constitui um FTA (*Face Threatning Act*), na medida em que o locutor “põe em risco o narcisismo” (*idem*, p. 170) do seu interlocutor. Todavia, a ameaça à face não é uma descortesia verbal *per se*. Para identificar a descortesia, é necessário ter em conta elementos extralinguísticos tais como o contexto da enunciação, o estatuto e a relação entre os interlocutores, o objetivo do discurso, etc. Para que exista agressividade verbal, o locutor assume através do seu discurso a realização de um ato perlocutivo como desacreditar, desqualificar, depreciar, insultar, refutando as ideias ou desacreditando o(s) outro(s).

Para abordar aqui a noção da cortesia dissimulada, ancorar-nos-emos naturalmente na teoria da cortesia verbal, proposta por Brown e Levinson (1978, 1987), e revista por Kerbrat-Orecchioni, Watts, Terkouraffi, Fraser (1990) e Culpeper (1996). Tomaremos aqui a aceção de cortesia como um princípio de regulação social das interações, sublinhando a ideia defendida por Kerbrat-Orecchioni (1992) que a cortesia não se localiza ao nível do conteúdo, da informação transmitida, mas ao nível da relação interpessoal, que é necessário regular. Bousfield (2008) define que a descortesia verbal constitui um FTA

intencional, gratuito e conflituoso que foi produzido de forma propositada. Por sua vez, Culpeper, Haugh e Kádár (eds, 2008) sublinham a intenção de causar um dano da face. De facto, quando a intenção é desqualificar o interlocutor, a violência parece mostrar-se uma estratégia eficaz e, como tal, conforme expuseram Cabral e Lima (2017), precisa estar linguisticamente marcada, por exemplo, com o emprego de um qualificador de carácter pejorativo. Por sua vez, Terkourafi (2008) subscreve que a descortesia e a agressividade verbais ocorrem quando a expressão utilizada não é convencional relativamente ao contexto em que ocorre. Segundo Culpeper (1996), as estratégias discursivas ao serviço da descortesia verbal são tradicionalmente categorizadas: diretas [*Bald on record impoliteness*] quando expressas de maneira clara; positivas [*positive impoliteness*], quando ameaçam a imagem positiva; negativas [*negative impoliteness*], quando fere a imagem negativa; e dissimuladas [*sarcasm or mock politeness*], quando o enunciado parece cortês, mas é irónico ou sarcástico; não-cortesias [*Withhold politeness*], quando se trata da ausência de cortesia em contextos nos quais essa é esperada.

Nos discursos do líder do CHEGA, é frequente uma cortesia aparente, que é expressa linguisticamente através de modalizadores, atenuadores e pela assunção da responsabilidade do enunciador através de enunciados prévios (“peço desculpa”, “parece-me”) correspondentes a uma cortesia dissimulada. A polemicidade que caracteriza o seu discurso e pela qual o líder é reconhecido decorre da transgressão das regras de cortesia linguística que domina e estrutura o discurso, a fim de convencer o público da validade das suas ideias enquanto desacredita as políticas vigentes.

Vejamos, então, a aplicação dos conceitos teóricos que recenseámos em alguns excertos de discursos do líder do CHEGA:

(AV 1) Digam o que quiserem, mas um homem que espeta uma faca num bebé para se vingar da companheira e faz um vídeo desse ato atroz, **não merece provavelmente voltar a pôr os pés cá fora**. Os portugueses estão fartos de um sistema de justiça que parece brincadeira. (2 de setembro de 2017)

A identificação da sua voz como a do povo que representa, com o coletivo “os portugueses estão fartos de um sistema que parece brincadeira” “Não merece provavelmente voltar a pôr os pés cá fora” assume-se com uma condenação, mas a expressão metafórica contribui para a atenuar esse julgamento.

Seguidamente, atentemos nestas três passagens de discursos de André Ventura:

(AV 2) Temos de deixar cair o mito de que todos [os presos] são ressocializáveis. O trabalho em prol da sociedade deve ser uma obrigação dos presos”. “Devem trabalhar em prol da comunidade que agrediram e cujos valores fundamentais colocaram em causa”, acrescenta, sublinhando que é uma forma de “integração social” porque “o trabalho promove disciplina, interação e consciência social”, e também “uma compensação à sociedade” pelos crimes cometidos. (18 de agosto de 2017)

(AV 3) Sou um defensor acérrimo da prisão perpétua periodicamente revista. (12 de maio de 2020)

(AV 4) Muitos dos terroristas que estão presos voltariam a atacar se fossem colocados em liberdade hoje, assim como muitos pedófilos ou violadores. (20 de abril de 2020)

Nestes três exemplos, atestamos as posições intransigentes e radicais do líder que, se, por um lado, chocam algumas mentes, por outro granjeiam simpatia por se assumirem como formas definitivas de calar e eliminar setores, demonstrando, assim, intolerância e prepotência.

Repare-se, contudo, que quando o líder do partido CHEGA é questionado mais diretamente sobre se é a favor da pena de morte, assume, primeiramente, através de uma (des)cortesia dissimulada, que não a defende nem a deseja para Portugal para, logo de seguida, num discurso contraditório e violento, defender a pena de morte para algumas situações que identifica:

(AV 5) Tentaram associar-me à pena de morte, mas acho que a pena de morte deve ser evitável, e deve ser evitável ao máximo porque nós não somos Deus para tirar a vida a ninguém (12 de agosto de 2020).

Atente-se, seguidamente, nesta passagem (AV5), em que há um ato de culpabilização remetendo para outrem (construção elítica de sujeito, com uma terceira pessoa de plural genérica) e assumindo um posicionamento cortês, justificado através da invasão do dom divino da vida, com o intuito de reforçar a sua visão católica e tolerante perante uma questão social de enorme importância, retomando a trilogia ‘Deus, Pátria, Família’, apanágio do imaginário do Estado Novo, como bem demonstrou Aguiar (2017).

Todavia, logo de seguida, (AV6) afirma perentoriamente o contrário, assumindo-se a favor da pena de morte e convocando naturalmente o seu *ethos* de liderança e de autoridade, de especialista em Direito e, enumerando os factos, por ordem cronológica, constrói a “narrativa dramatizante” que subjaz ao discurso de manipulação (Charaudeau 2009) e que justifica a aplicação da pena de morte, ressuscitando, assim, de forma inequívoca, a sua visão de não tolerância e de afirmação da sua posição radical, construída através da pergunta retórica e do reforço da negativa de exclusão total.

(AV6) Acho que isto não é justiça. Eu sei que o direito penal não se faz para castigar, sou professor de Direito. É essencialmente para reintegrar e prevenir. Mas não dá sentimento de justiça a ninguém que um indivíduo – que mata o número de pessoas que PD⁵ matou, da forma fria como matou, a carnificina que se seguiu, a forma como tentou encobrir os crimes e a forma fria como se mostrou em tribunal, mostrando que tem um padrão e que provavelmente até poderá voltar a matar – tenha uma pena destas. Por isso mesmo, sou a favor que se faça o que se fez agora em Espanha, se aplique a pena de morte.

Não o defendo nem desejo para Portugal. Outra coisa é se me choca que um terrorista que põe fim à vida de 30 ou 40 pessoas seja executado, ou um pedófilo que viola e assassina várias crianças? Não choca! Absolutamente nada. Se me quiserem julgar por isso julguem... mas acho que ainda vivemos num país em que a opinião é livre. (entrevista André Ventura, 11 de outubro de 2018)

Esta mesma posição de cortesia dissimulada, presente num *ethos* que inicialmente parece ser de tolerância e de compreensão do outro, degenera sempre na afirmação explícita do seu pensamento radical, explicitando cruamente, através de uma exclamativa de negativa, seguida de uma construção enfática de negação (com o advérbio intensificador “absolutamente”), que enfatiza a sua drástica posição.

Outro dos temas polémicos é o casamento homossexual. Numa entrevista ao líder do CHEGA (9 de fevereiro de 2020), o entrevistador afirma: “Uma das propostas do CHEGA é a proibição do casamento homossexual. Esta foi possivelmente a que causou mais contestação nas redes sociais. Como justifica?”

Similarmente ao exemplo anterior, a resposta inicial (AV8) configura uma cortesia dissimulada, expressa através de um ato de elogio pela oportunidade

5 Refere-se a um caso mediático em Portugal, sendo PD as iniciais do nome de Pedro Dias, que foi condenado por três crimes de homicídio qualificado na forma consumada à pena máxima de prisão por 25 anos, em março de 2018.

da questão, um ato de agradecimento, reafirmando a sua pertinência e prosseguindo na sua afirmação clara de político inclusivo, tolerante, para captar o seu auditório:

(AV 8) Ainda bem que me fez essa pergunta, muito obrigada, porque ainda não tive oportunidade de esclarecer isso. Sou obviamente contra qualquer restrição de direitos dos homossexuais [...]. Acho que têm esse direito: de se unir, em termos fiscais e jurídicos acho que devem ter exatamente os mesmos direitos.

Estranhando esta posição, o entrevistador insiste:

E: Portanto, não se coloca a questão de criminalizar as relações homossexuais?

(AV9): (a) Nunca, nunca, pelo amor de Deus. Isso sim seria um retrocesso que ninguém compreenderia.

(b) Há pouco dizia-lhe que defendo que os pedófilos devem ser quimicamente castrados – aqui há uma relação de ato criminoso com consequência penal. Agora, por gostarem de pessoas do mesmo sexo? Por quererem viver com pessoas do mesmo sexo? Estão no seu direito, e estão no direito de fazer o seu caminho em busca da felicidade, é isso que temos todos de fazer.

Só não estão no direito de casar por eu entender que há uma série de decorrências jurídicas da figura do casamento que acho que não devem *ser ipsa verbis* aplicadas a pessoas do mesmo sexo que se decidam unir” [...]

(c) De resto, queria deixar isto muito claro: não defendo nenhum tipo de discriminação contra casais homossexuais, e acho até que estamos muito pouco evoluídos em matéria de defender essas pessoas. Queria deixar essa mensagem bem clara.

Face à questão colocada pelo entrevistador, Ventura nega categoricamente em a), invocando, como é seu hábito, a fórmula de rotina “pelo amor de Deus”, que encerra um valor de cortesia, na medida em que é uma fórmula convencional, pragmaticamente fixa, indicadora de um padrão convencional de comportamento, habitualmente usada com esse valor de justificação, equivalendo a uma negação absoluta que não admite exceção.

Em AV9 b), o líder político instaura, mais uma vez, a falácia entre a primeira parte da resposta, estrategicamente ao serviço da cortesia dissimulada, e os enunciados seguintes, em que assume perentoriamente o seu pensamento, quer reiterando a defesa da castração química para pedófilos, quer assumindo que os homossexuais podem juntar-se, mas não casar.

Na parte final da resposta (AV9 c), numa estratégia de retoma do discurso delicado e condescendente inicial (AV9 a), relembra, em tom de aviso, a sua posição compreensiva e conivente, afirmando que não defende nenhum tipo de discriminação, evidenciando o seu posicionamento 'contra'. Prossegue com um juízo crítico sobre a mentalidade social para ensaiar mostrar o seu *ethos* de competência e de liderança, afirmando-se precursor da necessidade de novas reflexões sobre o tema. O enunciado final "Queria deixar bem clara esta mensagem" configura um ato de confirmação, espelhando o seu *ethos* de convicção e assumindo intrinsecamente um *ethos* arrogante que deriva de uma pretensa superioridade moral (Marques 2008).

Considerações finais

A maioria dos estudos sobre os movimentos populistas subscreve o posicionamento do analista político Mudde, que demonstra que o populismo é uma forma política que apregoa a oposição entre uma elite corrupta, com uma moral virtuosa, e o povo (Mudde, 2007).

Ensaíamos mostrar que o populismo não é apenas uma ideologia preconizada por líderes políticos carismáticos nem um movimento de combate ao modelo representativo da democracia. Contrariamente a estas posições, advogamos que o populismo deverá ser encarado como um conjunto de estratégias discursivas utilizadas de forma artilosa pelos políticos para desafiar o *status quo* vigente. Embora uma classificação binária seja comum a toda a retórica populista, expressa no vilipendiar das elites e na glorificação do povo, importa descodificar a construção discursiva para perceber se estamos face a uma ideologia coerente ou apenas a uma interpretação de um conjunto de ideias que, numa lógica moral rudimentar, oferece uma crítica simplista das configurações de poder existentes, como anota Bonikosvsky (2016). Assim, a abordagem do fenómeno deverá centrar-se ao nível do discurso e, concomitantemente, ao nível das estratégias retóricas do líder que as usa como instrumento estratégico para captar não apenas os seus apoiantes fervorosos, mas o eleitorado em geral, numa retórica que é considerada incendiária.

No caso do partido CHEGA, o líder mobiliza as identidades coletivas de exclusão, e, embora se expressem ideias de hostilidade e de ameaça, o seu discurso exhibe uma atitude favorável à satisfação completa dos desejos do povo, uma forma de cortesia dissimulada que tem como objetivo agradar afetiva-

mente a um largo conjunto de cidadãos. Como defendem Hernandez-Flores e Infante (2015, 2018), esta cortesia dissimulada, direcionada para um grupo, provoca inevitavelmente uma descortesia relativamente aos excluídos, de modo que, ao acentuar esta atração empática com o povo, rejeita os demais.

Em suma, as estratégias discursivas preponderantes nos exemplos analisados seguem um esquema de funcionamento: primeiramente, uma cortesia dissimulada, na medida em que o primeiro enunciado é de captação do auditério, mascarando o seu posicionamento. Esta mesma posição de cortesia dissimulada, presente num *ethos* que inicialmente parece ser de tolerância e de compreensão do outro, pende sempre para a afirmação explícita do seu pensamento radical, negando o discurso anterior, ao serviço do que designámos a retórica populista de ‘estar contra’. A credibilidade discursiva é construída a partir de uma voz autorizada que decorre do seu legítimo cargo de líder absoluto do partido.

Referências

- Aguiar, M. (2017). Manipulação nos discursos presidenciais de tomada de posse do Estado Novo – estratégias discursivas e manipulatórias. *REDIS*, 6, 12-37. Consultado em <https://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/15709.pdf>
- Amossy, R. (Dir.). (1999). *Images de soi dans le discours. La construction de l'ethos*. Lausanne: Delachaux et Niestlé.
- Amossy, R. (2008). Dimension rationnelle et dimension affective de l'ethos. In M. Rinn (Org.), *Émotions et Discours. L'usage des passions dans la langue* (pp. 113-125). Rennes: Presses Universitaires de Rennes.
- Bonikowski, B. (2016). Three Lessons of Contemporary Populism in Europe and the United States. *Brown Journal of World Affairs*, Vol. XXIII, 9-24.
- Bousfield, D. (2008). Impolitenesse in the struggle for power. In D. Bousfield & M. A. Locker (Eds.), *Impoliteness in Language* (pp. 127-153). Berlin/NY: Mouton de Gruyter.
- Brown, P. e Levinson, S. (1987). *Politeness – some universals in language usage*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Cabral, A. L. & Lima, N. V. (2017). Argumentação e polémica nas redes sociais: o papel de violência verbal. *Signo*. 42(73), 86-97. Consultado em <http://online.unisc.br/seer/index.php/signo>
- Canovan, M. (1981). *Populism*. New York e London, Harcourt Brace Jovanonich.
- Charaudeau, P. (2005). *Le Discours Politique – Les Masques du Pouvoir*. Paris: Vuibert.
- Charaudeau, P. (2011). Réflexions pour l'analyse du discours populiste. *Mots. Les langages du politique*, 97, 101-116. Consultado em <http://journals.openedition.org/mots/20534>

- Charaudeau, P. (2015). Le charisme comme condition du leadership politique. *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 7. <https://doi.org/10.4000/rfsic.1597>
- Charaudeau, P. (2016). Du discours politique au discours populiste. Le populisme est-il de droite ou de gauche? In F. Corcuera *et alii* (Dir. de), *Les discours politiques. Regards croisés* (pp. 32-43). Paris: L'Harmattan. Consultado em <http://www.patrick-charaudeau.com/Du-discours-politique-au-discours.html>
- Culpeper, J. (1996). Towards an anatomy of impoliteness. *Journal of Pragmatics*, 25(3), 349-367. [https://doi.org/10.1016/0378-2166\(95\)00014-3](https://doi.org/10.1016/0378-2166(95)00014-3)
- Culpeper, J., Haugh, J. & Kádár, D. (Eds.) (2017). *The Palgrave Handbook of Linguistic (Im) Politeness*. London: Palgrave Macmillan .
- De la Torre, C. (2003). Masas, pueblo y democracia: un balance crítico de los debates sobre el nuevo populismo. *Revista de Ciencia Política*, 23(1), 55-66. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-090X2003000100005>
- Dockendorff, V., A. & Kaiser B. V. (2009). Populismo en América Latina. Una revisión de la literatura y la agenda. *Revista Austral de Ciencias Sociales*, 17, 75-100. <https://doi.org/10.4206/rev.austral.cienc.soc.2009.n17-05>
- Drămnescu, M. (2017). Populism and Democratic Values. *South-East European Journal of Political Science, Populism and its Metamorphoses, Vol. II*, n.º 1-2, 1-16.
- Flores, M. E. & Infante J.-M. (2015). Imagen y descortesía en el discurso de los políticos mexicanos. In D. Bravo & M. Bernal (Eds.), *Perspectivas socio-pragmáticas y socio-culturales del análisis del discurso* (pp. 265-303). Buenos Aires: Dunke.
- Flores, M. E. & Infante, J.-M. (2018). Discurso sobre el populismo en México. Un estudio socio-pragmático. *Revista Internacional sobre Lingüística del Español*, 6(1), 99-129.
- García-Pelayo, M. (1964). *Mitos y símbolos políticos*. Madrid: Taurus.
- Godin, C. (2012). Démocratie et populisme. In Y.-Ch. Zarka (Dir. de), *Démocratie, état critique*. (pp. XXX-XXX). Paris: Armand Colin.
- Hawkins, K. A. (2010). *Venezuela's Chavismo and Populism in Comparative Perspective*. New York: Cambridge University Press.
- Kalyvas, A. (2008). *Democracy and the Politics of the Extraordinary: Max Weber, Carl Schmitt, and Hannah Arendt*. New York: Cambridge University Press.
- Kerbrat-Orecchion, C. (1992). *Les Interactions verbales. Tome II*. Paris: A. Colin.
- Hermett, G. (2003). El populismo como concepto. *Revista de Ciencia Política*, 23(1), 5-18. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-090X2003000100001>
- Jamin, J. (2009). *L'imaginaire du complot: discours d'extrême droite en France et aux États-Unis*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Laclau, E. (1987). Populismo y transformación del imaginario político en América Latina. *Journal of Latin American Studies*, 30(2), 223-248.
- Laclau, E. (2005). *On Populist Reason*. London: Verso.

- Latifi, V. (2014). The Populism of the Political Discourse. Metamorphoses of Political Rhetoric and Populism In *South-East European Journal of Political Science, Populism and its Metamorphoses, Vol. II*, n.º 1-2, 173-192.
- Maingueneau, D. (1999). Ethos, scénographie, incorporation. In R. Amossy (Dir. de), *Images de soi dans le discours. La construction de l'ethos* (pp. 75-100). Lausanne: Delachaux et Niestlé.
- Marques, M. A. (2008). Arrogância e construção do ethos no discurso político. In *Actas do III Simpósio Internacional de Análise do Discurso* (pp. 1-10). Belo Horizonte: Universidade Federal de Minas Gerais. Consultado em <https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/27048/1/Arrog%C3%A2ncia%20e%20ethos.pdf>
- Mudde, C. (2004). The Populist Zeitgeist. *Government and Opposition*, 39(4), 541-563.
- Mudde, C. (2007). *Populist Radical Right Parties in Europe*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Mudde, C. & Kaltwasser, C. R. (2017). *Populism: A Very Short Introduction*. Oxford: Oxford University Press.
- Mayern, N. (2005). Votes populaires, votes populistes. *Hermès*, 42, 161-166.
- Monzat, R. (2011). *La montée des mouvements de droite radicale et des populistes xénophobes en Europe*, pp. 147-152. Consultado em http://www.espacesmarx.net/IMG/pdf/T_N9_Monzat.pdf
- Raynaud, P. (2017). Le populisme existe-t-il? *Questions internationales*, 83, 44-56.
- Sironneau, J.-P. (2000). *Métamorphoses du mythe et de la croyance*. Paris: L'Harmattan.
- Taguieff, P.-A. (2007). *L'illusion populiste*. Paris: Flammarion.
- Taguieff, P.-A. (2012). *Le nouveau national-populisme*. Paris: CNRS.
- Terkourafi, M. (2008). Toward a unified theory of politeness, impoliteness and rudeness. In: D. Bousfield & M. A. Locker (Eds.), *Impoliteness in Language* (pp.45-74). Berlin/NY: Mouton de Gruyter.
- Tucker, R. C. (1968). The theory of charismatic leadership. *Daedalus*, 97(3), 731-56.
- Willner, A. R. (1984). *The Spellbinders: Charismatic Political Leadership*. New Haven: Yale University Press.
- Van Dijk, T. (2008). *Discurso e poder*. São Paulo: Contexto.
- Zúquete, J. P. (2017). Populism and Religion. In C. R. Kaltwasser, P. Taggart, P. Ochoa Espejo & P. Ostiguy (Eds.), *The Oxford Handbook of Populism* (pp. 1-26). Oxford: Oxford University Press. <http://dx.doi.org/10.1093/oxfordhb/9780198803560.013.22>

POPULISMO NA POLÍTICA BRASILEIRA: DESOBEDECER PARA MELHOR OBEDECER

Vanice Sargentini*

1. Introdução

O termo populismo circula em diferentes concepções, variando sua definição conforme o período e contexto político, tendo migrado de um contexto sociológico erudito para uma retórica política popular, indo fazer parte do senso comum da população (Gomes 1996). Ele é muitas vezes adjetivado como populismo de direita ou de esquerda (Fassin 2019), trazendo sempre consigo um valor pejorativo atribuído tanto ao político quanto ao povo que é visto como aquele que não soube votar. No Brasil, de “30 a 64 vive-se o ‘ciclo populista’ e este adjetivo passa a se estender a diferentes substantivos” (Gomes 1996, p. 5). A eleição de Jair Bolsonaro, em 2018, fez reaparecer mais fortemente esse termo que se atribuiu ao tipo de governo que se instalou. Neste artigo, consideraremos que não se trata de compreender o populismo como uma definição universal, por isso partiremos das suas características regulares para compreender os aspectos específicos que são peculiares ao Brasil. Seguiremos as proposições de Finchelstein (2019) e de Eatwell e Goodwin (2020), nas quais esses pesquisadores mostram-se contra uma generalização atualizada de que fascismo e populismo tenham uma mesma concepção. Eles consideram que na época atual se apresenta um *novo-populismo* ou uma *nova visão do populismo* ou ainda se apresenta *um nacional populismo* que se afasta um pouco daquele que surgiu no pós-guerra, bem representado, por exemplo, pelo presidente Juan Domingo Péron na Argentina e pelo presidente Getúlio Vargas no Brasil.

Algumas características fundamentais do populismo (Finchelstein 2019), que serão arroladas a seguir, auxiliam a evidenciar o populismo no governo de

extrema direita de J. Bolsonaro, bem como permitem verificar se há inovações estratégicas do populismo nesse governo.

A questão que problematizamos é que supostamente a base de apoio popular do presidente J. Bolsonaro atua de forma a expor um seguidismo, uma obediência inquestionável a um seu comando, que são orientações que incentivam ações de desobediência civil em relação à Constituição do país. Temos como hipótese que se trata, da parte do presidente, de um recurso populista de ocupar esses dois lugares – aquele da obediência civil que o cargo exige de um estadista em um regime democrático, e aquele da desobediência ao sistema, exposta como uma transgressão, como uma expressão de desobediência, quando o que faz é dar abrigo a ações autoritárias. Essa duplicidade de posicionamento é empregada como uma estratégia que viria a expor um apoio às ações inconstitucionais, como uma resposta ao desejo do ‘povo’, no caso o ‘povo patriota’, que viria a rebaixar o ‘povo não patriota’ (os ‘povos ciganos’, os ‘povos indígenas’, mas também muitos que foram várias vezes atacados e desqualificados como os homossexuais, pobres, negros, mulheres, jornalistas, professores, cientistas entre outros). Expõe-se, assim, uma estratégia de autoritarismo, que se sustenta por um agrupamento de seguidores subservientes, submissos ou de explícito conformismo, ou ainda inscritos em uma ação de consentimento conveniente (Gros 2018).

Exporemos a seguir algumas características do populismo, conforme Finchelstein (2019), a fim de avaliar como o governo Bolsonaro nelas se inclui. Nosso objetivo é avaliar se há regularidades que sustentem essa atribuição de neopopulista ao presidente que ocupa o cargo no Brasil (2019-), bem como detectar características que lhe inscrevem com peculiaridade nesse atributo.

2. As configurações do governo populista

Ainda que o populismo não seja um conceito fora da história, uma vez que ele vem a ser o resultado de um processo histórico moderno, dos movimentos da democracia em diferentes períodos, algumas características lhe são próprias, conforme expostas por Finchelstein (2019), que defende a distinção entre fascismo e populismo destacando no fascismo o seu “legado na fundação do populismo moderno” (Finchelstein 2019, p. 45). Um governo populista preserva *uma visão sacralizadora da política*, que viria a intensificar a desigualdade na política em favor da manutenção de uma elite política, centrali-

zada e carreirista. Observa-se essa característica presente na candidatura de J. Bolsonaro, pois ele ocupa esse lugar de carreirista, mas ele não se valeu desse passado para fazer sua campanha à presidência, ainda que ele fizesse parte da Câmara de deputados há 28 anos. As suas ações de carreira não foram as que o habilitaram, ou seja, às quais ele tenha recorrido, para eleger-se, porque ele se apoiou durante a campanha muito mais em pautas de costume, amparadas também no discurso religioso, em especial neopentecostal, além de ter tido um apoio dado por grupos econômicos ultraneoliberais. A opção foi se apresentar como o ‘novo’, aquele que se opõe à corrupção apontada em presidentes anteriores. Vimos, portanto, que ele corresponde a essa característica populista de desigualdade política – o discurso político de que ‘nem todos podem se candidatar’, que mantém somente um grupo na política – e ao mesmo tempo ele esconde isso, seguindo o discurso neoliberal dos candidatos que se apresentam como ‘novos’, combatendo a ‘antiga’ política.

O populismo caracteriza-se também por uma visão de que há uma liderança esclarecida a ser seguida que representaria os ‘verdadeiros’ membros do povo. Essa perspectiva é central no populismo e de forte relevância na eleição e manutenção de um populista no poder. As intervenções de J. Bolsonaro reforçam esse lugar do líder que estabeleceu e denominou o ‘verdadeiro’ povo: o povo patriota. Outras reivindicações identitárias devem ser caladas, uma vez que ele considera representar a ‘maioria silenciosa’ que o elegeu, excluindo os povos indígenas, os povos ciganos, os povos migrantes, os quilombolas, enfim, aqueles que ele não reconhece como patriotas. Ele faz diversas ações para mostrar seu contato direto com o povo, saindo às ruas para exibir sua conversa com feirantes, atendentes de padaria, ambulantes, todos expostos em sua individualidade e não representados no seu grupo identitário, marginalizando ainda mais esses grupos. O contato do governante populista é com um dado povo (o dito patriota), tomando-o como homogêneo e representante do povo brasileiro. Ao dirigir-se às pessoas na rua, J. Bolsonaro faz parecer ouvir e representar o povo da nação, entretanto, ao incluir esse povo da rua em seu contato direto, exclui o papel das representações identitárias.

Soma-se a essa manutenção de um diálogo direto com o povo, a produção de uma percepção de que o líder é contrário às elites. J. Bolsonaro cria para isso circunstâncias de imagens de sua simplicidade a serem exibidas em redes sociais, como, por exemplo, uma cena muito divulgada do café da manhã com os filhos, onde se deixa ver

rastros de um ovo de Páscoa e de refrigerante ou café em um dos copos. Tudo muito básico, com uma estética simples, em que se destacam os pratos improvisados, um grande rolo de papel-toalha e um pacote de comida disposto no centro da mesa” (Schwartz 2020, s/n).

Ou ainda empregando frases como “Estarei onde o povo estiver”¹, ao referir-se ao povo que o saúda nas exibições dominicais. Entretanto, desdenha de pessoas comuns com quem fala na rua ou no ‘cercadinho’², se essas lhe fazem perguntas embaraçosas³.

O populista *elege o seu antagonista político*, sendo o ‘comunista’ o seu opositor ideal quando se inscreve no espectro político da direita. Embora esse imaginário do combate ao comunismo tenha sido recorrente no Brasil – seja no período dos anos 30, por meio dos integralistas, seja nos anos de 1960, quando gerou a justificativa para o golpe civil-militar, seja no combate às candidaturas e gestão do ex-presidente Lula –, ele ainda se mostrou produtivo na eleição de um candidato de extrema-direita em 2018.

Vamos nos unir, vamos unir esse Brasil aqui. Não vou botar um corneteiro para tocar uma corneta e dar o toque de sentido não, fiquem tranquilos, não vai ter isso não, mas unir, pelo exemplo, pela dedicação, pelo amor à pátria, pelo respeito da família, pela vontade de nos afastarmos de vez do socialismo, do comunismo...⁴ (J.Bolsonaro, 16/10/18 – Campanha eleitoral de 2018)

Uma outra característica do populismo é uma “visão carismática do líder como uma personificação da voz do povo e da nação como um todo”, conforme Finchelstein (2019, p. 42). Nesse aspecto, J. Bolsonaro é peculiar – ele é carismático e causa devoção nas pessoas (Oyama 2020) e ao mesmo tempo tem

1 *Bolsonaro mostra passeio a cavalo e diz: ‘Estarei onde o povo estiver’*. Consultado em <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2020/05/31/bolsonaro-mostra-passeio-de-cavalo-e-diz-estarei-onde-o-povo-estiver.htm>

2 Refere-se a um espaço cercado com grades, localizado na Esplanada do Ministério, por onde o presidente passa ao sair ou chegar em sua residência. Em razão de muitos ataques a jornalistas comitados pelo próprio presidente e grupo de apoiadores, grandes agências de comunicação decidiram não mais enviar repórteres ao local.

3 Ao ser questionado por um jornalista sobre o ‘esquema de rachadinhas’, reage: “Minha vontade é encher tua boca com uma porrada, tá”. Sem responder à pergunta, Bolsonaro emendou: “Seu safado”. Consultado em <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2020/08/23/bolsonaro-diz-a-reporter-vontade-que-tenho-e-encher-sua-boca-de-porrada.htm?>

4 <https://noticias.uol.com.br/politica/eleicoes/2018/noticias/reuters/2018/10/06/bolsonaro-diz-defender-brasil-contra-comunismo-e-promete-curar-lulistas.htm>

como base perpetrar o discurso de ódio. Não raro emprega termos grosseiros, sobretudo em perseguição a jornalistas⁵, expondo assim, como tratar os não devotos. De fato, vemos dados (Sargentini & Chiari 2019) que indicam o crescimento do discurso agressivo proferido nas redes sociais pelos seus seguidores ou por robôs utilizados para disparos de mensagens em larga escala.

Um governo populista caracteriza-se ainda por uma *visão de desvalorização discursiva e prática dos poderes legislativos e judiciários*. Essa é uma idiossincrasia que exige malabarismos do líder populista e nesse ponto J. Bolsonaro tem atuado de forma muito intensa de modo a ser acusado de sustentar indiretamente grupos com esse interesse (por exemplo o Movimento 300 do Brasil) e ao mesmo tempo empenhar-se em expor visitas, conversas, abraços com os presidentes dos poderes legislativo e judiciário.

Um governante populista, a fim de manter sua liderança, ocupa-se de *fazer calar as vozes dissidentes*. Ao longo de 2019 e de 2020, foram contínuas as tentativas de desvalorizar o jornalismo independente. O relatório divulgado pela Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj), no início de 2021, indica uma intensa campanha de ataques à liberdade de imprensa em 2020, sendo o presidente J. Bolsonaro o principal ator dos ataques, responsável por 175 casos (40,89% do total)⁶. As ‘lives’ passaram a ser a forma de comunicação direta com a população, circunstância em que o presidente não é interrompido ou surpreendido com questões que venham a desqualificá-lo ou constrangê-lo. Entretanto, manteve-se de forma intermitente a concessão de entrevista no ‘cercadinho’: espaço frequentado por seus seguidores que naquela circunstância direcionavam ao presidente apoio e elogios. O crescente ataque a jornalistas levaram as grandes agências de comunicação a não mais enviar repórteres ao local.

Ainda configura um governo populista a *visão de um nacionalismo extremista e uma forma autoritária de democracia eleitoral*. O slogan de campanha ‘Brasil acima de tudo e Deus acima de todos’ expõe uma defesa nacionalista e soma-se a um número alto de militares ocupando cargos políticos e de gestão (em julho de 2020, eram 6.157 militares ocupando diversos cargos no Poder

5 Diante da grande repercussão dos gastos, Bolsonaro optou por atacar a imprensa mais uma vez: “Vai pra puta que pariu, porra. Essa imprensa de merda, é pra enfiar no rabo de vocês, de vocês da imprensa, essas latas de leite condensado aí”. Consultado em <https://congressoemfoco.uol.com.br/governo/bolsonaro-justifica-compra-de-leite-condensado-vai-pra-puta-que-pariu-porra/>

6 <https://www.dw.com/pt-br/brasil-teve-recorde-de-ataques-%C3%A0-imprensa-em-2020-diz-relat%C3%B3rio/a-56354093>

Executivo)⁷. Entretanto, politicamente o que se vê é uma enorme subserviência a Donald Trump, quando este esteve na presidência dos EUA. Há também uma insistência em descredibilizar resultados eleitorais, especialmente questionando o processo feito em apuração de votos por meio de urnas eletrônicas, como se faz no Brasil, sem haver qualquer prova que indique fraude. Enfim, atua de forma autoritária em descompasso com uma democracia eleitoral e ao mesmo tempo rejeita a atuação de governos ditatoriais.

Há em consequência uma característica populista do governo J. Bolsonaro ainda não exatamente arrolada acima, que seria aquela de atuar juntamente com seus eleitores como contestadores, como aqueles que querem se rebelar contra o sistema. O governo de Bolsonaro se ocupa de marcar posição nestes dois lugares: o da moral obediente e o da atuação desobediente.

O populismo marca-se pela atuação de uma base de apoio popular do ‘mito’: o presidente Bolsonaro atua de forma a incentivar uma obediência cega a um seu comando. Entretanto, os seus comandos têm sido marcados por injunções a ações de desobediência civil em relação à Constituição do país. Temos como hipótese que se trata de mais um recurso populista empregado em um exercício regular na gestão bolsonarista. Neste neopopulismo, o presidente ocupa esses dois lugares – aquele da obediência e aquele da desobediência civil no interior do próprio governo. Seus seguidores, por sua vez, desobedecem à Constituição para melhor obedecer aos comandos do líder mitificado.

Como buscamos analisar essa questão observando as formas de expressão do populismo em suas práticas discursivas (Foucault 1986), em sua organização estética e até mesmo em suas expressões de afetos e de violências, selecionamos para *corpus* de análise um conjunto de enunciados produzidos no período de março a junho de 2020, período em que de forma recorrente, aos domingos, foram produzidos eventos com (ou para) a aparição do Presidente Bolsonaro.

Em uma perspectiva de análise de discurso, mobilizamos teórico-metodologicamente a noção de práticas discursivas (Foucault 1986), considerando também que o enunciado não se reduz ao enunciado linguístico (idem; Courtine 2013), a noção de memória discursiva (Courtine 2009), que nos mostra que os sentidos produzidos são cuidadosamente planejados, e a noção de poder

7 <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/2020/07/17/numero-de-militares-em-cargos-civis-cresce-e-passa-de-6-mil-no-governo-bolsonaro>

e resistência (Foucault 2006), para analisar formas de expressão da obediência e da desobediência (Gros 2018), expostas no governo populista brasileiro.

3. As formas de expressão do populismo e as disrupções em suas práticas discursivas

O *corpus* de análise foi extraído da imprensa publicada em meio digital que noticia enunciados produzidos pela presidência em situações públicas nas quais se refere ou se dirige ao ‘povo brasileiro’, seja tratando-o como aquele para quem ele atua favorizando-o, seja como aquele para quem ele dirige seus comandos e de quem ele espera ações a seu próprio favor.

A seleção de nosso *corpus* abrange os discursos produzidos nos vários domingos a partir de 15 de março de 2020 até final de junho, justamente pela recorrência desses eventos que tão bem sustentaram a presença intensa e incômoda do bolsonarismo no país, motivo de cobertura jornalística no mundo.

Analisemos esse primeiro evento ocorrido no dia 15 de março, quando é chamada uma manifestação de rua para ‘Apoio ao Governo’. J. Bolsonaro sai em um comboio presidencial em Brasília em apoio aos manifestantes a favor do presidente. Na semana que antecedeu o domingo (mais exatamente no dia 13 de março), o presidente, em um pronunciamento oficial⁸, lê com pouca convicção um texto, verbalizando que diante do quadro de pandemia recomenda-se repensar o ato político programado por seu apoiadores: “Nossa saúde e de nossos familiares devem ser preservadas”, seguindo um discurso de obediência às orientações da OMS, e do então ministro da Saúde Luiz Henrique Mandetta. Entretanto, no domingo, o próprio presidente sai em comboio, expondo nessas manifestações um discurso de defesa da desobediência civil, saudando efusivamente os manifestantes e causando aglomerações.

8 <https://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2020-03/bolsonaro-pede-que-populacao-repense-ida-manifestacoes-de-domingo>



Figura 1: Manifestação de apoio ao governo

Orientado a ficar em isolamento até refazer testes para o coronavírus, o presidente Jair Bolsonaro passou de carro ao lado de manifestantes no ato pró-governo deste domingo, 15, na Esplanada dos Ministérios e, na volta, foi ao encontro de apoiadores no Palácio do Planalto. Bolsonaro cumprimentou apoiadores e chegou a usar o telefone celular de algumas pessoas para tirar *selfies*.⁹

Para justificar essa ação, o enunciado que emerge em uma postagem do presidente em redes sociais é “Isso não tem preço”¹⁰. Esse enunciado atualiza uma memória discursiva recente relativa a uma propaganda que circulou intensamente no Brasil, referente a um cartão de crédito¹¹ que habilita o possuidor a fazer as coisas que lhe dão prazer. Vemos, nessa atitude, um primeiro exemplo de uma característica do discurso populista, que queremos destacar: o presidente ao mesmo tempo orienta em pronunciamento oficial a população a se preservar e também a orienta a não abrir mão de seus prazeres; ele saúda o povo por ter desrespeitado suas orientações primeiras, por fim, expõe que, para o presidente, o seu ‘povo’ é sua fonte de prazer. Ora esse povo que o acompanha parece representar toda a nação, ora esse povo é constituído somente por seus apoiadores, que se mostram como exemplo de como o povo da nação deveria ser.

9 <https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,bolsonaro-passa-de-carro-ao-lado-de-manifestacao-em-brasilia,70003233885>

10 “Isso não tem preço”, disse, durante transmissão ao vivo em suas redes sociais. Consultado em <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/03/com-apoio-de-bolsonaro-manifestantes-ignoram-coronavirus-e-fazem-atos-pro-governo.shtml>

11 A campanha publicitária do cartão de crédito Mastercard, que repetia o bordão “Isso não tem preço” foi ampla e de longa duração no Brasil.

Estendendo as análises aos seguintes movimentos dominicais de março a julho, vimos que esse procedimento de orientar seus seguidores – reconhecidos pelo presidente como ‘o povo patriota’ – é recorrente. O povo é chamado a desobedecer às leis civis, a desobedecer às regras da Constituição, de modo a melhor obedecer às ordens de um líder onipotente. Com isso, esse dado ‘povo’ apoia o presidente autoritário e legitima uma estratégia populista.



Figura 2. Convocação para manifestação

Considerando a noção de poder, conforme proposta por Foucault (1995), como uma relação presente nas microestruturas do cotidiano, vemos que no enunciado do cartaz reproduzido na figura 2 há um diálogo em que o sujeito ocupa uma função enunciativa, que ligada às regras de condições de emergência dos enunciados, responde a esse jogo do referencial do enunciado – participar e não participar da manifestação. O enunciado contendo a hashtag #DesculpaJairMasEuVou e a foto do presidente expressando contentamento, envolve a duplicidade do sujeito na função enunciativa que supostamente marca os dois lugares, desobedecendo e ao mesmo tempo obedecendo. A síntese do discurso ‘desobedeça para melhor obedecer’ corresponde a essa dupla posição enunciativa ocupada pelo presidente – não só ocupada, mas estimulada, planejada para apoiar ministro e para opor-se a ministro de seu próprio governo. Além disso há uma estética – como vimos na foto (figura 1), que ao mesmo tempo o isola, separando-o de seus seguidores, por grades e por seguranças, e o aproxima em um gesto de *selfie* no qual todos se incluem.

As ações de expressão populista se repetem. Em outros domingos, o presidente sobrevoa a manifestação com um helicóptero¹², na Esplanada dos Ministérios margeia os manifestantes à pé ou à cavalo¹³ (expondo a grandiosidade do seu poder), percorre a cidade (indicando a extensão do seu poder) e abraça seguidores (garantindo proximidade e intimidade), margeando o povo a quem cabe ficar contido pelo cercado. Foram, enfim, vários domingos sempre em cenários renovados, em uma estratégia de espetáculo, conduzido por um poder histriônico.

A oposição a essas ações, especialmente feitas por alguns meios midiáticos, não se apresenta como forma de resistência, mas como uma forma de reação. Uma vez que o presidente lidera os atos antidemocráticos e o povo patriota desodedece às leis civis para melhor obedecer ao presidente, parece restar à oposição apenas um lugar reativo, explicitado por forma de indignação. Os comentários publicados em jornal sobre os atos da manifestação dominical revelam isso.

Sem máscara, o presidente desceu a rampa em seguida e passou a esticar o braço para tocar nos manifestantes, separados por uma grade. [...] O presidente também manuseou o celular de alguns manifestantes para fazer selfies.¹⁴

Todas essas ações pareceram cuidadosamente planejadas. Os governos populistas apelam ao seu povo, chamam-no a segui-los, mas nesse caso, – e é aí que queremos marcar a especificidade do presidente brasileiro –, esses eventos foram discursivizados por práticas recorrentes, sincronizadas no país e de grande visibilidade, e que se evidenciaram contra o sistema democrático, caracterizado pela divisão de poderes (executivo, legislativo e judiciário). São práticas discursivas que revelam a atribuição de autoridade máxima e total ao líder, de forma que a oposição ao sistema democrático repete a mesma lógica: desobedecer para melhor obedecer. Obedecer somente ao líder, emergindo, assim, do interior do próprio sistema democrático a instalação de um sistema não pautado na divisão dos poderes, porque esses se mostram como entraves

12 <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/2020/05/24/bolsonaro-participa-de-manifestacao-em-brasilia-neste-domingo-24>

13 <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2020/05/31/bolsonaro-mostra-passeio-de-cavalo-e-diz-estarei-onde-o-povo-estiver.htm>

14 <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/03/com-apoio-de-bolsonaro-manifestantes-ignoram-coronavirus-e-fazem-atos-pro-governo.shtml>

A resistência, que pode ser compreendida como uma ação de força, um desejo de mudança, uma forma de apontar para o novo, engendrando novas possibilidades de vida, não emerge de um grupo opositor ao governo, faz crer que o desejo de mudança está nos apoiadores do governo. Durante meses, e diante de um quadro imobilizante de pandemia, o máximo que houve foram reações – que são apenas formas de dar respostas àquilo que o poder quer dos brasileiros: no caso reações de surpresa, de indignação, de avaliação de um ato visto como suicidário (Safatle 2020) em razão da negação da gravidade e dos riscos relacionados à pandemia – o que levou algumas mídias e alguns comentaristas a criticarem tais ações –, mas que acabaram de fato respondendo apenas como uma ação reativa e não de engendramento do novo. O quadro a seguir sintetiza como um discurso de confronto com a obediência muitas vezes gera a reação, mas não a resistência. Os enunciados selecionados foram pronunciados em 19/04/2020, por distintos enunciadorees (‘povo patriota’, Bolsonaro e comentaristas de mídia e presidente da Câmara) sobre o mesmo evento.

Tabela 1. Obediência, desobediência e reação

Obediência (segue-se um determinado poder)	<p><i>“Nós não queremos negociar nada. Nós queremos ação pelo Brasil”¹</i></p> <p><i>“Todos no Brasil têm que entender que estão submissos à vontade do povo brasileiro. Tenho certeza, todos nós juramos um dia dar a vida pela pátria. E vamos fazer o que for possível para mudar o destino do Brasil. Chega da velha política” (J. Bolsonaro)².</i></p>
Desobediência (opõe-se a um determinado poder)	<p><i>Antes da fala de Bolsonaro, manifestantes gritavam “Fora, Maia”, “AI-5”, “Fecha o Congresso”, “Fecha o STF”, palavras de ordem ilegais, inconstitucionais e contrárias à democracia.³</i></p>
Reação/ Comentários (responde-se àquilo que o poder quer de nós)	<p>A reação é antinatural, porque ela coincide com o desejo de o quê o poder quer desses manifestantes. O que se viu foram comentários.</p> <p><i>“Em nome da Câmara dos Deputados, repúdio todo e qualquer ato que defenda a ditadura, atentando contra a Constituição”⁴ (Rodrigo Maia, presidente da Câmara dos Deputados)</i></p>

Fonte: elaborado pela autora.

Os fragmentos de frases pronunciadas sobre a manifestação de 19/04/2020 continuam a nos mostrar a instalação do sujeito nos dois lugares: da obediência e da desobediência. J. Bolsonaro diz submeter-se à vontade do ‘povo brasileiro’, e, portanto, obedece-os; e juntamente com eles pretende mudar o destino do Brasil – “Chega da velha política”, conseqüentemente conclama-os à desobediência, sobretudo ao acenar positivamente aos pedidos de fechamento do Congresso, do STF, da Lei de Segurança Nacional imposta no período dita-

4. Formas de obediência e de resistência

Os governos populistas do século XXI chegam ao poder por eleições diretas e governam de forma autoritária. Para garantirem sua manutenção no cargo, investem em tentativas de derrubada de outros poderes que sustentam a democracia em um país. Como indicamos em alguns enunciados anteriores, é recorrente no discurso de J. Bolsonaro a afirmação de que a vontade do povo é a que prevalece – *Todos no Brasil têm que entender que estão submissos à vontade do povo brasileiro* –, de forma a indicar que é o ‘povo brasileiro’ que conduz os rumos da nação, entretanto, na ótica bolsonarista, o atendimento a essa vontade passa antes por diversos filtros, que exigem formas de obediência: submissão, subserviência, conformismo, consentimento (Gros 2017). Não foi uma mera casualidade a afirmação de J. Bolsonaro – *Eu sou a Constituição*¹⁸ – proferida um dia após participar de um ato Pró-golpe, ocorrido no domingo, dia 19 de abril. Ele verbaliza esse enunciado quando se dirige aos seus seguidores e à imprensa no ‘cercadinho’ instalado no Palácio da Alvorada. A manutenção de um governo populista exige um povo subserviente, em parte desejoso dessa subserviência ou omissa, conformado ou que, mesmo inconformado, emite consentimento – que já não é mais compreendido como o povo de uma nação, mas como um povo seguidor, submisso e subordinado. Nos enunciados que recuperamos anteriormente, pode-se observar deslizamentos que indicam ora a simulação de um governante submisso ao povo, ora a simulação de um governante submisso à Constituição, ora a submissão do povo ao próprio governante, que teria supostamente um discurso de acordo com a Constituição. A relação que se estabelece entre o líder e o ‘povo patriota’ é a de submissão e subordinação, tanto no verbo, quanto na estética da cena discursiva, que apresenta o ‘povo’, no cercadinho, sem direito ao diálogo. Às vezes concede-se ao povo o direito a alguns aplausos efusivos ao presidente em expressão de devoção àquele que impõe a submissão, conforme vê-se na imagem a seguir.

18 <https://www.youtube.com/watch?v=P96YaQYGmHM>



Figura 3. *Eu sou a constituição*, diz Bolsonaro um dia após participar de ato pró-golpe¹⁹

A característica que destacamos no populismo é aquela que se expressa por uma prática discursiva que responde a uma estratégia de adesão a um discurso que flutua entre a obediência e a desobediência. Seguindo as reflexões de F. Gros (2018), para quem é preciso evitar o dualismo da obediência *versus* desobediência, as formas de obediência podem ser apreendidas em modos de submissão, de subordinação e de conformismo, sendo essas ainda modos pré-políticos de inscrição dos sujeitos nas relações de poder, porque não há uma alternância e sim somente uma subserviência que alimenta um totalitarismo democrático.

O **conformismo** moderno modela-se por uma igualdade de normalização e “é pelo desejo de sermos nós mesmos que nos fazemos mais parecidos com os outros” (Gros 2018, p. 107). É neste caráter ainda pré-político da obediência que vemos estarem circunscritos seus apoiadores que agem obedecendo seu líder. Os manifestantes ‘patrióticos’ obedecem de forma entusiasmada ao comando do líder populista, que, por sua vez, por possuir poder frente à nação, faz os seus comandados agirem como se não houvesse outra ação a fazer senão apoiá-lo e o fazem com devoção. Objetivados defensores da nação, produzem enfrentamentos e transgressões. O líder, entretanto, atribui os resultados a uma insurgência popular – *Eu não coordeno nada, não sou dono de grupo, eu não participo de nada. Eu só vou prestigiar vocês que estão me apoiando, fazem um movimento limpo, decente em favor da democracia, pela lei e pela ordem. Tá*

¹⁹ <https://www.youtube.com/watch?v=P96YaQYGmHM>, 20/04/2020.

*certo? Eu apenas compareço*²⁰. Portanto, o suposto discurso da desobediência é ainda pré-político, porque não responde a uma contraconduta, mas sim ao seguidismo de uma conduta comandada pelo líder.

Ao problematizar as formas de (des)obediência, Gros (2107) expõe que há também uma estilística da obediência que se apresenta como política, uma vez que se caracteriza por uma obediência ativa. São as formas estilísticas de **consentimento** e de **obrigação**. Na forma estilística do consentimento, observa-se que a obediência política do cidadão se dá por conta de um pacto social que estabeleceu e consentiu que a vida cidadã seja vivida seguindo determinadas regras, ou se dá em razão de uma unanimidade na qual o cidadão deve obedecer aos decretos da cidade, respeitar as leis votadas pelas câmaras composta pelos representantes eleitos; seria enfim, um consentimento que indicaria que se “obedece sempre livremente às leis” (Gros 2018, p. 318). A transgressão seria a forma de resistência. Entretanto, em um governo populista, a desobediência que simula ser um modo de resistência que se levanta em eventos democráticos contra os poderes democráticos – porque movida a favor de ditaduras militares – é antidemocrática e exige, portanto, a subserviência daquele ‘povo’ que se traveste de desobediente, quando não faz mais que desobedecer para melhor obedecer.

Quando observamos que os poderes midiáticos e políticos (ocupados por deputados e senadores) e os órgãos e as entidades de representação de classe emitem notas de repúdio, de desagravo, comentários indignados em relação a essas atividades dominicais, vemos não mais que uma reação, oferecendo uma resposta àquilo que o poder espera. Os contrapoderes ‘consentem’, consequentemente, que o governo populista aja assim. Desse modo, não se exerce uma forma política de resistência.

Os eventos dominicais ocorreram mais intensamente no primeiro semestre de 2020, período coincidente com o apelo para que as pessoas ficassem em casa, em razão da pandemia. As manifestações articuladas por grupos identificados com o antifascismo, por lideranças de torcidas organizadas de futebol como a Gaviões da Fiel e a Torcida Jovem do Santos, e grupos em oposição a movimentos ultraconservadores, supremacistas e fascistas ocorreram em apenas dois eventos, que levaram também a um confronto quase direto com os grupos apoiadores do governo. Esse movimento, embora fosse resultante de

20 <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/2020/06/01/bolsonaro-pede-que-apoiadores-nao-participem-de-manifestacao-no-domingo>

uma desobediência refletida – aquela obediência a si mesmo, que sai às ruas porque já não é mais possível se calar –, é culpabilizado e apontado, desta vez sim, como organizado por aqueles que apostam no desgoverno. Emprega-se uma estratégia que associa a desobediência como apoio e a resistência como confronto, baderna, desordem a ser imediatamente coibida.

Considerações finais

O novo populismo, em nossas considerações, pode ser compreendido como um populismo dissimulado. O seu líder não defende a queda da Constituição ou ainda a instalação de um visível regime ditatorial. Entretanto, em suas ações, o líder populista atua para modificar a essência da Constituição, apoiando Reformas trabalhistas, previdenciárias que quebram o pacto social democrático, enquanto se arroga ser a própria Constituição. O histrionismo do líder populista engrossa a fileira de devotos, e quanto mais age polemicamente em eventos públicos e nas redes sociais, mais mobiliza os seus seguidores. Todo populista age como tal, mas ao mesmo tempo recusa o rótulo. Assim, reconhecemos dois lugares de enunciação: aquele que claramente inscreve um governante como populista e destaca seus atributos negativos, considerando as suas práticas discursivas e um outro lugar enunciativo que é o da recusa do rótulo e que, para tal emprega práticas discursivas que expõem as atitudes de desobediência civil como uma força que emana do povo. Essas atitudes, a nosso ver, reforçam ainda mais o caráter populista daquele que o recusa.

Há uma complexidade que se impõe ao sujeito na função enunciativa, que é inevitavelmente estar inscrito em relações de poder (Foucault 2006): sujeitos que se *submetem* para viver, que se *subordinam* crendo na sua inferioridade ou infantilidade, que se *conformam* por um hábito reforçado pelo seguidismo, que *consentem* porque uma vez aceitaram a imposição das leis (Sargentini 2020). As resistências, fazendo parte das relações de poder, sempre terão a oportunidade de emergir na tentativa de virem também a tornarem-se poder. Entretanto, muitas vezes é somente a obediência ao poder, travestida de resistência, que se apresenta. É isso que vemos como mais uma estratégia característica do populismo do governo Bolsonaro.

Em nossa análise, avaliamos que as ações de desobediência ao governo populista de Jair Bolsonaro são coordenadas por um alinhamento horizontal da vontade do povo que, por sua vez, é reduzido a um único povo. As contra-

condutas são intimidadas, apontadas como badernas, desordens e assim vai se mantendo o ‘povo patriota’, às vezes denominado também de ‘povo brasileiro’ em uma força de generalização, num suposto lugar de ação, quando o que se tem são conformismos e consentimentos.

Referências

- Courtine, J.J. (2009). *Análise do discurso político: o discurso comunista endereçado aos cristãos* (Trad. De Bacharéis em Letras pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul). São Carlos-SP: EdUFSCar.
- Courtine, J.J. (2013). *Decifrar o corpo. Pensar com Foucault*. Petrópolis-RJ: Ed. Vozes.
- Eatwell, R., & Goodwin, M. (2020). *Nacional-populismo. A revolta contra a democracia liberal* (Trad. Alessandra Bonruquer). Rio de Janeiro: Record.
- Fassin, E. (2019). *Populismo e ressentimento em tempos neoliberais*. Rio de Janeiro: EdUERJ.
- Finchelstein, F. (2019). *Do fascismo ao populismo na história* (Trad. Jaime Araújo). São Paulo: Almedina.
- Foucault, M. (1986). *A arqueologia do Saber* (Trad. Luiz Felipe Baeta Neves). Rio de Janeiro – RJ: Forense Universitária.
- Foucault, M. (1995). O sujeito e o poder. In P. Rabinow & H. Dreyfus (Orgs.), *Michel Foucault: uma trajetória filosófica. Para além do estruturalismo e da hermenêutica* (pp. 231-249). Rio de Janeiro: Forense Universitária.
- Foucault, M. (2006). *A microfísica do poder* (Trad. de Roberto Machado). Rio de Janeiro-RJ: Graal.
- Gomes, A. (1996). O populismo e as ciências sociais no Brasil: notas sobre a trajetória de um conceito. *Tempo*, 1(2), 31-58.
- Gros, F. (2017). A obediência e o esquecimento do político. In A. Novaes (Org.), *Mutações entre dois mundos*. São Paulo; Edições Sesc São Paulo.
- Gros, F. (2018). *Desobedecer* (Trad. Célia Euvaldo). São Paulo: Ubu Editora.
- Oyama, T. (2020). *Tormenta - O governo Bolsonaro: crises, intrigas e segredos*. São Paulo-SP: Companhia das Letras.
- Safatle, V. (2020). *Bem vindo ao Estado suicidário*. São Paulo: Edições N-1. Consultado em <https://www.n-1edicoes.org/textos/23>.
- Sargentini, V. (2017). *Mutações do discurso político no Brasil: espetáculo, poder e tecnologias da comunicação*. Campinas-SP: Mercado de Letras.
- Sargentini, V. (2020). Discurso político e resistência: a estilística da (des)obediência. In A. Braga & I. de Sá (Orgs.), *Por uma microfísica das resistências: Michel Foucault e as lutas antiautoritárias da contemporaneidade* (pp. 73-93). Campinas-SP: Pontes Editores.

- Sargentini, V. M. O., & Chiari, G. (2019). Mentirosos, corruptos e comunistas! As Fake News e o politicamente incorreto. *Discurso & Sociedad*, 13(3), 449-467.
- Schwartz, L. M. (2020). Bolsonaro e seu reino: retóricas visuais do poder. *Zum: Revista de fotografia*, 06 jul. Consultado em <https://revistazum.com.br/zum-quarentena/bolsonaro-e-seu-reino/>

DISCURSO POPULISTA COMO RESISTÊNCIA? ANÁLISE DE UMA CAMPANHA POLÍTICA NAS REDES SOCIAIS

Michelle Gomes Alonso Dominguez*

1. Introdução

O interesse pela investigação proposta neste estudo deriva da leitura de *Por um populismo de esquerda*, mais recente obra de Chantal Mouffe (2019). Nessa obra, a socióloga defende – trata-se mesmo de “defesa”, conforme esclarece a própria autora – a urgência de que a esquerda se aproprie do populismo como estratégia política para enfrentar a escalada de uma extrema-direita que tem sido bastante bem-sucedida em fazê-lo nas diversas partes do mundo. Nas palavras da própria autora:

Em vez de ver o momento populista apenas como uma ameaça à democracia, é urgente perceber que ele também oferece a oportunidade para a sua radicalização. Para aproveitar essa oportunidade, é vital reconhecer que a política é por natureza partidária e que ela requer a construção de uma fronteira entre o “nós” e o “eles”. É apenas restaurando o caráter agonístico da democracia que será possível mobilizar afetos e criar uma vontade coletiva na direção do aprofundamento dos ideais democráticos. Será este projeto bem-sucedido? É claro que não há garantia, mas seria um grave erro perder a chance proporcionada pela conjuntura atual. (Mouffe 2019, p. 130)

O sentido do fragmento citado só se sustenta a partir de uma concepção de populismo passível de se coadunar com preceitos democráticos e, portanto, trata-se de uma perspectiva não consensual. Apesar disso, menos do que pro-

* Departamento de Língua e Literatura Portuguesa do Instituto de Letras da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). Rio de Janeiro. Brasil. ORCID 0000-0002-0794-2514
prof.michellealonso@gmail.com

mover um debate conceitual sobre o termo, interessa a este estudo compreender o modo como (ou se) uma esquerda democrática pode se apropriar de estratégias discursivas populistas – e, assim, constituir-se como resistência –, a partir da concepção de populismo proposta por Laclau (2013) e Mouffe (2019). Para tanto, escolhi como objeto de análise as publicações do candidato à prefeitura de São Paulo, Guilherme Boulos, feitas nas redes sociais (*Twitter* e *Facebook*) durante a campanha eleitoral ocorrida entre setembro e outubro de 2020.

Tal escolha foi motivada pelo diferencial que as postagens demonstraram desde o início da campanha, bem como do engajamento rapidamente conquistado por Boulos nas redes sociais. O candidato do PSOL¹ (Partido Socialismo e Liberdade), não ganhou o pleito, mas conseguiu um resultado surpreendente, considerando-se o histórico eleitoral da cidade em que concorreu. Trata-se, portanto, de uma campanha inovadora, que, apesar da derrota, pode ser considerada bem-sucedida.

Das 30 postagens do candidato analisadas, 16 estão reproduzidas neste artigo a título de exemplificação. O *corpus* foi submetido à análise, considerando-se três aspectos básicos do discurso populista: construção da liderança e seu vínculo com a entidade “povo”; construção de uma relação de oposição nós x eles; estratégias e efeitos pathêmicos. A partir dos achados nessa primeira etapa, os dados foram relacionados a alguns parâmetros que venho investigando em pesquisa pós-doutoral² sobre a constituição dos discursos de resistência nas redes sociais digitais.

Assim, inicio minhas reflexões apresentando o conceito de populismo adotado no estudo para fazer o enquadramento das postagens como discurso populista. Por se tratarem de textos constituídos em plataforma digital, abordarei o tema a partir das especificidades que a rede atribui ao populismo, forjando o que Cesarino (2020) tem denominado como populismo digital. Na sequência, passo à análise dos textos propriamente dita, identificando seus traços populistas e, por fim, concluo tentando elaborar alguma resposta à questão título deste artigo.

1 O PSOL foi criado oficialmente em 2005, por políticos dissidentes do PT (Partido dos Trabalhadores) descontentes com os rumos adotados pelo governo de Luís Inácio Lula da Silva e afirma-se como um partido “de esquerda, socialista e democrático”.

2 Desenvolvido na Universidade Aberta de Lisboa, sob orientação da Profa. Dra. Isabel Roboredo Seara.

2. Do populismo em Laclau ao populismo digital

O termo populismo é definido nos dicionários brasileiros como “prática política que se baseia em angariar a simpatia das classes menos favorecidas e de menor poder aquisitivo pregando a defesa de seus interesses, geralmente através de ações paternalistas e assistencialistas”³. Está claro o teor pejorativo vinculado ao vocábulo, que se estabelece como um tipo de política interessado no apoio das massas e se constrói apenas na “aparência” de seu favorecimento, instituindo-se, portanto, como doutrina ou prática demagógica. Sabemos entretanto, que, enquanto conceito, o termo se apresenta de maneira bem mais complexa, já que sendo difícil “no âmbito das ciências sociais latino-americanas, pensar em um termo ao mesmo tempo tão impreciso e de uso tão generalizado como é o conceito de populismo” (Kaysel 2012, p. 2).

Não entrarei no mérito das distintas correntes sociológicas que se ocupam do termo, mas, diante da não trivialidade da questão, é necessário esclarecer as especificidades da perspectiva aqui adotada. Nesse sentido, assumo com Laclau (2008) a necessidade de compreender o populismo como tática de construção do político, cujo fundamento reside na construção retórica de uma noção de povo (independentemente dos conteúdos efetivamente articulados), mobilizada contra as estruturas de poder.

[...] por ‘populismo’ não entendemos um tipo de movimento, identificado ou com uma base social especial ou com uma orientação ideológica particular, mas o entendemos como uma lógica política. Todas as tentativas de localizar o que é idiossincrático no populismo em elementos como o pertencimento ao campesinato ou aos pequenos proprietários, ou na resistência à modernização econômica, ou na manipulação pelas elites marginalizadas são, como vimos, essencialmente equivocados: eles sempre serão ultrapassados por uma avalanche de exceções (Laclau 2013, p. 181).

Nesses termos, o populismo não se associa a uma ideologia, a um conteúdo programático específico ou a determinado regime político, não sendo dotado de nenhum valor positivo ou negativo a priori. Trata-se de uma forma de atuação política calcada na divisão social, que manobra a dimensão ontologicamente antagonista do político (Laclau e Mouffe 2015), a partir da simplificação social em categorias binárias (povo-elite; nós-eles; amigo-inimigo).

3 Cf. Dicionário Michaelis. Consultado em: <https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/populismo/>

Apesar do alicerce contrastivo sobre o qual o populismo opera discursivamente, atribuindo valor positivo e negativo aos polos, há também um eixo de continuidade que deve vincular o líder político ao povo.

No caso do populismo, o caráter construído e performativo do “povo” torna-se explícito a ponto de ser possível traçar com precisão os mecanismos e táticas discursivas através dos quais essa identidade comum é mobilizada pelo líder e seu aparato midiático. (Cesarino 2020, p. 11).

Assim, enquanto liderança, o populista se associa aos polos positivos povo/nós/amigo, apresentando-se como protagonista da mudança e da ruptura necessárias ao contexto de crise no qual se fortalece. Neste ponto, não custa ratificar, o fato de que todas as categorias são construções mobilizadas pela liderança populista, não existindo previamente.

O binarismo fundador da dinâmica populista encontra no ambiente digital terreno fértil, já que o caráter binário da internet favorece a simplificação de complexidades, facilitando a redução de heterogeneidades a um denominador comum (um significante vazio negativo, que produz a fronteira com o inimigo, e um significante vazio positivo, que cria a equivalência entre líder-povo)



Figura 1. Meme para ser compartilhado nas redes sociais (*Whatsapp, Facebook, Twitter e Pinterest*).

O texto da figura 1 é construído no sentido de dissimular uma complexidade não binária, pois se inicia na desconstrução da oposição PSDB x PT (partidos brasileiros icônicos da direita e da esquerda, respectivamente). No entanto, o mínimo conhecimento sobre o contexto brasileiro permite reconhecer que os termos utilizados apenas reforçam o antagonismo entre o ser “brasileiro” e os partidos políticos – atente-se ao fato de que o presidente do país, atualmente,

não está vinculado a nenhum partido político. Em última instância, o significante “brasileiro/povo” é positivamente preenchido como quem está a favor do Brasil (com texto redigido nas cores da bandeira do país); enquanto seu oposto, representado pelos termos “PT” “PSDB” “partido”, podendo ser ampliado para políticos e partidos de modo geral, é negativizado como “quem está acabando com o Brasil”. Reforça-se, assim, a polarização Nós-brasileiros-povo contra Eles-políticos-elite.

Para além de uma arquitetura amigável ao binarismo, a internet apresenta ainda a capacidade de potencializar esses significantes vazios através de algoritmos e da produtividade recursiva dos próprios usuários, que, na web, atuam na distribuição de mensagens na sua própria rede. Assim, a partir do algoritmo das redes (que apresenta os conteúdos de acordo com o comportamento, preferências e engajamento do usuário), determinado significante passa a ser reforçado e preenchido positiva ou negativamente, ao mesmo tempo em que é exponencialmente replicado por cada nó da rede. De acordo com Cesarino (2020, p. 15), reside nisso “o principal elemento diferencial do populismo em sua modalidade digital”:

Em outras palavras, o mecanismo populista, que na sua versão analógica dependia pesadamente do carisma pessoal do líder e de eventuais grupos e instituições que ele implementava para buscar rotinizar esse carisma, na versão digital opera *transferindo* sua lógica para toda a rede, inclusive para os próprios eleitores, que passam a reproduzi-la de modo espontâneo. Sugiro que essa fractalização, que intensifica sobremaneira a **capilaridade** do mecanismo populista, seja propiciada – e aqui, podemos nos valer da *affordance* gibsoniana – pela sua natureza propriamente *digital*.

Ligado a essa potencialidade da rede está ainda um último aspecto do populismo exacerbado no digital: a simetria do antagonismo amigo-inimigo, intensificada na *web* pela inversão e canibalização de enunciados do oponente.



Figura 2. Meme divulgado nas eleições presidenciais de 2018.

Na figura 2, vemos a fotografia do ex-presidente Lula, quando fichado e preso pelo DOPS (Departamento de Ordem Política e Social) durante a ditadura militar, ao lado da fotografia do, então, jovem Bolsonaro, capitão das forças armadas brasileiras. A oposição explícita de forças históricas é iconicamente demarcada através de diversos elementos e completada pela legenda que impele o interlocutor a uma tomada de posição entre o crime/desordem ou a lei/ordem.

Na internet, entretanto, se a alta velocidade e o grande alcance de uma informação reforçam um conteúdo, são eles também que mobilizam forças contrárias na disputa de sentidos.

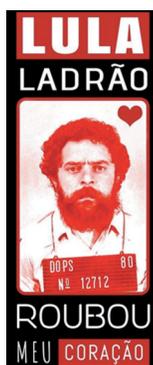


Figura 3. Slogan/meme de partidários de Lula.

É assim que, diante da imagem negativa associada a Lula e seu partido pela oposição bolsonarista (sistematicamente vinculados ao crime e à corrupção por seus adversários), os usuários da rede favoráveis ao ex-presidente se apropriaram do sintagma da oposição “Lula ladrão” (pelo processo de canibalização), convertendo seu teor negativo positivamente: “roubou meu coração”. Pelos procedimentos de inversão e de canibalização, a polarização amigo-inimigo funciona como subsídio discursivo para a construção de sentido.

Como se pode verificar, o impacto da digitalização do populismo não é rudimentar e os aspectos relevantes desse encontro devem ser considerados sempre que se observam dados da *web*, cada vez mais relevantes politicamente. É a partir deles que passarei a examinar na seção seguinte as publicações de campanha de Guilherme Boulos, no *Twitter* e no *Facebook*, inicialmente, identificando-as com o populismo de esquerda, conforme apregoado por Mouffe (2019), e reconhecendo as interferências desse populismo digital (Cesarino 2020), para, por fim, verificar a possibilidade de equalizar esse discurso como resistência.

3. Um populismo de esquerda

De acordo com os objetivos deste trabalho, parto da compreensão de Mouffe (2019) sobre o que seria um populismo de esquerda capaz de fazer frente à escalada de uma extrema-direita populista. Nesse sentido, adotarei como estratégia retomar as palavras da autora para, na sequência, expor e analisar as publicações de Guilherme Boulos. Importa antes fazer uma pequena digressão para apresentar o candidato.

Guilherme Boulos é professor de filosofia e uma reconhecida liderança de movimentos populares, especialmente, do Movimento dos Trabalhadores Sem Teto (MTST), do qual participa desde 2002 e é um dos atuais coordenadores nacionais. Em 2018, ingressou no Partido Socialismo e Liberdade (PSOL) e concorreu às eleições presidenciais, sendo o 10º colocado. Já em 2020, concorreu à prefeitura de São Paulo (a maior cidade do país), alcançando um resultado histórico ao desbancar 12 dos seus 13 concorrentes, com apenas 17 segundos de propaganda eleitoral na televisão e no rádio, em um contexto pandêmico. A 2ª colocação foi conquistada com uma forte campanha nas redes, que mereceu destaque em diversos veículos de comunicação, conforme se lê nas manchetes a seguir:

- a) Videogame, Celta e ‘pegadinha’ na internet: como a campanha de Boulos cativa os nativos digitais⁴. (Jornal Estadão)
- b) Sucesso na web hackeou o sistema com memes e bom humor⁵ (Portal Uol)
- c) Boulos controla a narrativa na web e tem vantagem sobre Covas no digital, analisa Bites⁶ (Poder 360)

Um dos principais aspectos para o sucesso de um empreendimento populista é a instituição de uma liderança. Um líder reconhecido como tal tem a força necessária para mobilizar os sentidos de acordo com o que lhe convém. Para a esquerda, entretanto, há um limite ético que impede a construção de uma liderança que se coloque acima das instituições e da população em geral, o que, segundo Mouffe (2019, p. 111) pode ser conduzido alternativamente:

O papel do líder na estratégia populista foi sempre objeto de crítica e, por essa razão, esses movimentos são frequentemente acusados de autoritários. [...] No entanto, o líder pode ser concebido como um *primus inter pares*, sendo perfeitamente possível um tipo diferente de relação, menos vertical, entre o líder e o povo.



Figura 4. A construção do líder.

- 4 Consultado em: <https://politica.estadao.com.br/noticias/eleicoes,videogame-celta-e-pegadinha-na-internet-como-a-campanha-de-boulos-cativa-os-nativos-digitais,70003502183>.
- 5 Consultado em: <https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2020/12/07/meme-e-zoeira-o-que-fez-a-campanha-de-boulos-bombar-nas-redes-sociais.htm>.
- 6 Consultado em: <https://www.poder360.com.br/opiniao/eleicoes/boulos-controla-a-narrativa-na-web-e-tem-vantagem-sobre-covas-no-digital/>.

Na figura 4, observa-se a construção de uma liderança acessível, sincera e corajosa. No primeiro tuíte, Boulos se autodenomina “um líder” e se destaca pela “coragem para mudar os esquemas” com a qual legenda a divulgação de sua entrevista com Datena – apresentador de um telejornal de reconhecido teor espetacularizado e violento. Nele, podemos ainda observar o uso da expressão “puxa-saco” (equivalente a bajulador) para se referir a Celso Russomanno, seu principal adversário naquele momento da campanha, pela relação de subserviência ao governo Bolsonaro. O segundo tuíte se constitui da repercussão de uma ação que o candidato realizou em sua campanha, na qual qualquer cidadão que enviasse mensagem convidando-o a tomar café da manhã em sua casa poderia ser surpreendido por sua visita. Trata-se de um líder que se coloca ao alcance de “Dona Geralda”, na periferia da cidade, e de quem mais o convidar, como um igual: “O povo de São Paulo sabe quem tá do lado dele”. Registre-se aqui a expressão “do lado”.

Os tuítes seguintes seguem o mesmo princípio, pois reforçam as três características mais marcantes dessa liderança. O tuíte inferior à esquerda repercute a ação “Se vira nos 50”, em que Boulos ia às ruas responder em 50 segundos às perguntas feitas pelos eleitores no mesmo tempo. Colocando-se, mais uma vez à disposição da população, o candidato reforça a imagem de alguém que não teme ser confrontado e que é capaz de responder sem artifícios ou mediação, dando provas de sua sinceridade. Do mesmo modo, o último tuíte divulga um programa inaugurado em seu canal do *Youtube* muito antes das eleições, chamado “Café com Boulos”, em que comenta assuntos políticos diversos, entrevista convidados etc. No referido episódio, Boulos comenta as *fake news* que circularam contra ele no período, investindo-se da imagem de alguém que preza pela verdade, não se esconde e mantém interlocução direta com a população.

A análise dos tuítes permite, então, verificar a construção de um líder que não só se coloca como um igual, identificando-se com um nós periférico e diverso (trabalhadores, mulheres, jovens, LGBTQI), mas, principalmente, disponibiliza-se a estar junto e, assim, adquire a credibilidade para ser “o primeiro entre seus iguais”, conforme apontou Mouffe (2019). Trata-se aqui do eixo sintagmático de operação do populismo, que vincula o líder ao povo. Há de se observar ainda o eixo paradigmático, que contrapõe esse Nós (líder-povo) ao Eles, construído na cadeia de sentidos negativos:

A questão crucial num regime democrático-liberal, portanto, é como estabelecer essa distinção nós-eles, a qual é constitutiva da política, de um modo que seja compatível com o reconhecimento do pluralismo. O importante é que o conflito, quando surgir, não tome a forma de um antagonismo (uma luta ente inimigos), mas de um agonismo (uma luta entre adversários). (Mouffe 2019, p. 140).



Figura 5. A construção do agonismo.

Na figura 5, os tuítes superiores apresentam a imagem de seus adversários políticos. À esquerda, há a reprodução de um fragmento do debate eleitoral ocorrido na emissora de tv Bandeirantes, em que Boulos faz referência a um episódio no qual Celso Russomanno destrata um caixa de supermercado em seu programa de televisão⁷, acusando-o de ser grosseiro com “o povo”, ao mesmo tempo em que é subserviente aos “poderosos”. Já no da direita, aparecem as imagens de seus opositores e respectivos aliados (Russomanno e Bolsonaro/Dória e Bruno Covas, o “Bolsodória”) como representantes do “ódio e o atraso”.

Os tuítes inferiores colocam em oposição o medo e a coragem em diferentes aspectos. No primeiro, Boulos divulga mais um episódio de seu programa no *Youtube* “Café com Boulos”, em que questiona os interesses que estariam por trás do cancelamento dos debates. Em resumo, os poderosos, interessados

⁷ Celso Russomanno é jornalista e apresentou diversos programas de televisão, destacando-se como protetor dos direitos do consumidor.

pela manutenção da atual situação política, da qual seus opositores são representantes, temeriam o confronto e o bom desempenho de Boulos e, portanto, não teriam interesse em sua realização. No segundo tuíte, o medo é imputado ao “governo Bolsonaro”, por não optar pela taxaço “de grande fortunas” para gerar recursos para o pagamento de uma “renda cidadã”, enfrentando, assim, “os verdadeiros privilégios”.

Colocar-se em oposição ao outro é também definir-se pela inversão dos traços atribuídos à alteridade. Assim, o vínculo de seus adversários à semântica do “atraso”, do “ódio”, do “poder” e do “medo”, fortalece a construção de um *ethos* automaticamente associado a valores contrários:

Tabela 1.

Eu/Nós	Eles
futuro	atraso
afeto	ódio
povo	poderosos/esquema
coragem	medo

Desse modo, observamos conforme Mouffe (2019), a possibilidade de estabelecer o contraste por uma relação agônica, que reconhece o outro pela diferença (e por valores negativos), investindo-o da categoria de adversário e não de inimigo. Se, normalmente, o que se vê instituído no discurso populista é a construção da polarização Nós x Eles pela metáfora da guerra, na campanha de Boulos, é a metáfora do jogo (especialmente do futebol) que funda a relação de oposição entre adversários: (“Virada”, “virar o jogo”, “na raça”, “derrotar” etc. são expressões comuns no discurso do candidato.)

Outro aspecto extremamente relevante e diferenciador da campanha de Guilherme Boulos é a mobilização da emoção por seu aspecto positivo. O que se tem visto comumente construído em discursos populistas até o momento é a fomentação do medo e do ódio como elementos reforçadores da crise e da conseqüente exaltação da liderança. O caminho percorrido na campanha de Boulos, entretanto, apela à emoção pela face do “afeto”.

Reconhecer o papel fundamental desempenhado pelos afetos na política, e como eles podem ser mobilizados, é decisivo para conceber uma estratégia populista de esquerda eficaz. [...] Ela tem de ser congruente com os valores e identidades que visa interpelar, devendo conectar-se com os aspectos da experiência popular. [...] ela precisa partir de

onde elas estão e de como elas se sentem, oferecendo-lhes uma visão de futuro que lhes dê esperança, em vez de manter-se no registro da denúncia.

[...]

As práticas artísticas e culturais têm, por essa razão, um papel importante a desempenhar numa estratégia populista de esquerda. (Mouffe 2019, pp. 120-121).



Figura 6. Boulos e a vice Luiza Erundina.

A figura 6 é composta por uma mensagem de agradecimento, juntamente com a fotografia de Boulos e sua vice, utilizada em diversos momentos da campanha. O profundo respeito e admiração do candidato à Luiza Erundina⁸ sempre foi expresso sem contenção e, nessa imagem, transborda em lágrimas. Os candidatos, representantes de gerações diferentes, aparecem unidos, abraçados e extremamente emocionados. São motivados pelo amor à causa e, na mensagem, promovem o encontro entre gratidão e esperança, agradecendo pelos votos de mais de 40% dos eleitores.

Mobilizadores de afeto são também a arte, a cultura e o prazer. Sobre eles, são incontáveis os exemplos utilizados durante a campanha do candidato do PSOL.

⁸ Luiza Erundina tem 86 anos de idade e 40 de vida política. É uma das fundadoras do Partido dos Trabalhadores (PT), pelo qual foi prefeita de São Paulo de 1989 a 1992. Atualmente, está no PSOL e atua em seu sexto mandato como deputada federal.

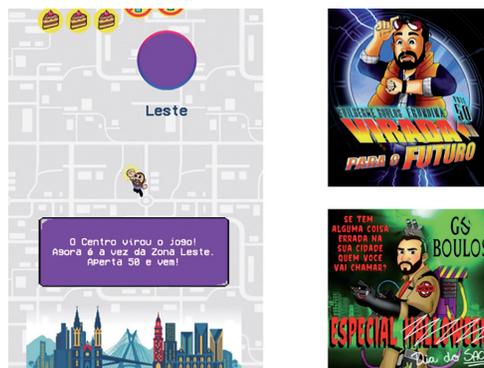


Figura 7. A presença da cultura na campanha.

Conforme sugerido na última citação de Mouffe (2019) apresentada anteriormente, elementos artísticos e culturais são instrumentos fundamentais na promoção de conexão com os aspectos da experiência popular. E, na campanha de Boulos, eles foram explorados de variadas formas.

À esquerda da figura 7, vemos um dos jogos *online* produzidos no período de campanha. Nele, o jogador deve levar Boulos à prefeitura, atravessando bairros de diferentes regiões da cidade, onde aparecem as soluções de problemas propostas pelo candidato (os bolinhos são equivalentes às “vidas” do personagem, trocadilho frequente com o seu nome). À direita, dois exemplos da saga “Virada para o futuro” (sátira do filme *Back to the Future*, traduzido no Brasil como “De volta para o futuro”), série de quadrinhos em que Boulos viaja ao passado para encontrar na gestão da então prefeita Luiza Erundina as soluções para os problemas atuais. Destaco, no último caso, a edição especial de “Go Boulos” (em referência ao filme *Ghostbusters*), pela exaltação à cultura nacional através da substituição do “Halloween” pelo “dia do Saci”⁹ (comemorado em 31 de outubro, no Brasil).

A emoção, em diferentes formas, não só é demonstrada pelo candidato – que chora, indigna-se, sorri, diverte-se –, mas é também compartilhada com seus eleitores a partir das múltiplas possibilidades de interação que a internet proporciona. Hipertextualidade, multimodalidade e interatividade foram

9 O saci (saci-pererê, saci-cererê, matimpererê etc) é uma das figuras mais famosas do folclore brasileiro. A lenda do ser negro, pequeno e de uma perna só, que habita as florestas e é conhecido por suas travessuras, surgiu no Sul do Brasil e foi influenciada por elementos das culturas indígena e africana.

potenciais explorados ao máximo, proporcionando um grau de engajamento bastante alto, ao se considerar, especialmente, o padrão de participação de eleitores brasileiros. Nesse sentido, a replicabilidade/fractalidade proporcionada pelas redes, foi fundamental para ampliar o escopo da campanha.



Figura 8. Replicabilidade e fractalidade na campanha.

A figura 8 traz exemplos de como um conteúdo que, inicialmente, ficaria restrito aos seguidores do candidato, ganha alcance e repercussão filtrada pelo próprio algoritmo das redes. A postagem de Guilherme Boulos sobre a experiência de jogar *Among Us online* com outros “gamers” famosos não tem grande repercussão se restrita apenas a seus seguidores. Quando repostada por um “gamer”, no entanto, tem o potencial de furar a bolha digital que mantém apartados os universos do político e dos jogos, atingindo um público externo à sua própria rede. O alcance proporcionado pela replicabilidade é ainda fortalecido pela fractalidade, que atua como um filtro que apresenta os fragmentos que compõem a imagem do candidato de acordo com suas afinidades. Assim, para os seguidores do usuário “gamer”, será apresentado como o candidato jovem, que gosta de se divertir e se interessa por jogos; de outro modo, será apresentado como o candidato simples, portador de um “celtinha” (carro popular), ou capaz de animar e estimular o eleitor, conforme os perfis à direita da figura 8.

Destaco, por fim, a inversão e a canibalização como procedimentos do populismo digital recorrentemente utilizados na campanha de Boulos. Todo o discurso proferido durante a campanha foi construído no sentido de fortalecer o candidato como alternativa de mudança e, como se viu, as práticas discursivas materializaram a mudança ao inverter os parâmetros do medo em esperança, do ódio em amor. Mais do que isso, o discurso de seus adversários políticos foi apropriado e transformado positivamente, conforme observamos nas imagens que seguem.



Figura 9. Divulgação das páginas do “Gabinete do Amor” no *Instagram* e *Facebook*.

A figura 9 ilustra os procedimentos de inversão e canibalização aplicados ao “gabinete do ódio”, instituído pelos filhos de Jair Bolsonaro nas eleições de 2018 para espalhar desinformação e fake news nas redes. Canibalizado, tornou-se o “Gabinete do Amor”, que inverte sua lógica (e semântica) para se instituir como local de combate à mentira e de preservação da democracia. Outros exemplos são: a canibalização das acusações de “invasão” feitas a Boulos por sua atuação no MTST, transformadas em expressões como “Boulos invadiu meu coração” (semelhante ao ocorrido no caso de Lula); bem como a inversão da pecha de “radical”, que lhe tentaram imputar pela combatividade na defesa de suas ideias, positiva e criativamente utilizada no jogo “Boulos radical”, em que o candidato enfrenta obstáculos (problemas da cidade, seus adversários etc) e atravessa a cidade de skate, conforme ilustra a figura 10:



Figura 10. Cena de jogo *online* “Boulos radical”.

4. Elaborando uma resposta à questão título

Reconhecidos os parâmetros de um populismo digital de esquerda na campanha de Guilherme Boulos, resta-me a derradeira tarefa de observar a possibilidade de sua atuação como discurso de resistência.

No senso comum e nos dicionários, a palavra resistência tem seu sentido vinculado à oposição (“Qualidade de um corpo que reage contra a ação de outro corpo”, “Aptidão para suportar a fadiga, a fome, o esforço”, “Defesa contra um ataque”, “Oposição, reação, recusa de submissão à vontade de outrem”, “Força que se opõe ao movimento; inércia”). Assim, pela polarização (Nós x Eles) que fundamenta o discurso populista, a associação entre populismo e resistência poderia ser banal, mas sabemos que não é assim. Se observada de maneira mais cuidadosa, a oposição a que se presta a resistência tem natureza bastante mais específica.

Na Análise do Discurso (refiro-me especialmente à Análise Crítica do Discurso, de Norman Fairclough, mas não apenas), essa oposição é realizada, necessariamente, como reação a um discurso dominante. Nesse sentido, o discurso de Boulos se instituiria como resistência ao contrariar uma hegemonia de direita e inverter as dinâmicas populistas dominantes.

Instituído pelo rompimento da hegemonia, o discurso de resistência é, então, marcado por uma composição inerentemente intertextual (Dominguez 2018) específica. Em linhas gerais, a intertextualidade é tratada por Fairclough (2016, p.119), em acordo com o postulado bakhtiniano, como “a propriedade que têm os textos de serem cheios de fragmentos de outros textos, que podem ser delimitados explicitamente ou mesclados e que o texto pode assimilar, contradizer, ecoar ironicamente e assim por diante”.

Conforme observado nas publicações analisadas, a intertextualidade subversiva da hegemonia se apresenta das mais variadas formas (*hashtags*, imagens, citações, nominalizações, negações e interrogações), mas se escancara nos procedimentos de inversão e canibalização. Aqui, observamos a desconstrução do discurso hegemônico que criminaliza os movimentos sociais e qualifica pela radicalidade a luta por direitos.

Outro aspecto constitutivo dos discursos de resistência nas redes sociais da internet é a demarcação de uma interlocução equivalente. Trata-se aqui da expressão linguística do interlocutor, construído a partir da afinidade com o enunciador. Neste ponto, o eixo sintagmático de operação do populismo que vincula líder-povo se associa à dinâmica de interação da *web*, potencializando

o vínculo. Observa-se nos exemplos apresentados, não só a explicitação textual do interlocutor (“nós”, “você” e mesmo um “eu”, que simula a voz do interlocutor), mas, principalmente, uma convocação à interação direta, como nas interrogativas e, principalmente, nos jogos. Nestes, o eixo eu-tu chega a se amalgamar, pois o interlocutor torna-se o próprio eu-personagem da ação.

Um último aspecto a ser considerado na constituição dos discursos de resistência na *web* é a forte presença de modalização deôntica. Como discurso mobilizador contra a dominação, é frequente a ocorrência de marcadores que esclarecem a posição do enunciador sobre o caráter obrigatório ou necessário do conteúdo. Esse tipo de performance enunciativa se articula com o discurso populista no sentido em que ajuda a articular a necessidade da mudança. No caso da resistência, essa mudança deve se apresentar então como alternativa contra-hegemônica.



Figura 11. Tuítes com modalização deôntica.

Os tuítes que compõem a figura 11 apresentam, respectivamente, os modalizadores deônticos “precisamos” e “tem que” (utilizado no português brasileiro como obrigatoriedade). No primeiro caso, o verbo contribui para fortalecer a necessidade de construção da parceria entre os coenunciadores (“precisamos da ajuda de cada um de vocês”) contra a hegemonia do “atraso e o ódio”. No segundo, a obrigatoriedade (“tem que”) recai sobre a mudança acarretada no verbo “se tornar”, que pretende a construção de uma cidade com “moradia digna para todas e todos”.

Assim, pela análise das publicações que compõem este artigo, concluo com Mouffe (2019) que um populismo de esquerda democrático, não só é possível como pode ser bastante eficiente como resistência aos discursos populistas autoritários e, em certos locais, fascistas. Há aqui um debate subjacente entre populismo e popular que certamente não se encerra; tampouco pretendo atingir qualquer tipo de consenso, já que as bases conceituais para a compreensão dos termos podem ser tão variadas. Mas espero que o estudo contribua para

apresentar horizontes mais amplos e otimistas para um contexto populista que, atualmente, parece-me inescapável.

Referências

- Cesarino, L. (2020). Como vencer uma eleição sem sair de casa: a ascensão do populismo digital. *Revista Internet & Sociedade*. São Paulo. p. 91-120. Consultado em: <https://revista.internetlab.org.br/wp-content/uploads/2020/02/Como-vencer-uma-eleic%C3%A7%C3%A3o-sem-sair-de-casa.pdf>
- Dominguez, M.G.A. (2018). #Resistência: a constituição de discursos contra-hegemônicos. Gouvea, M. L. & Pauliukonis, M. P. (orgs.). *Estudos do discurso: 25 anos de CIAD-Rio*. Rio de Janeiro: UFRJ. p. 606-629. Consultado em: <https://ciadrj.letras.ufrj.br/2018/10/16/lançamento-ebook-estudos-do-discurso-25-anos-do-ciad-rio/>
- Fairclough, N. (2016). *Discurso e mudança social*. Brasília: UnB.
- Kaysel, A. (2012). *Marxismo e Populismo na América Latina: notas sobre um desentendimento*. Anais do 36°. ANPOCS, 2012. Consultado em: <http://anpocs.com/index.php/encontros/papers/36-encontro-anual-da-anpocs/gt-2/gt26-2/8136-marxismo-e-populismo-na-america-latina-notas-sobre-um-desentendimento?path=36-encontro-anual-da-anpocs/gt-2/gt26-2>
- Laclau, E. (2013). *A razão populista*. São Paulo: Três Estrelas.
- Laclau, E. & Mouffé, C. (2015). *Hegemonia e Estratégia Socialista: por uma política democrática radical*. São Paulo: Intermeios.
- Mendonça, D. (2019). Democratas tem medo do povo? O populismo como resistência política. *Cadernos CRN*, Salvador. p. 185-201.
- Mouffé, C. (2019). *Por uma esquerda populista*. São Paulo: Autonomia Literária.

POPULISMO(S): O SER E O FAZER NO DISCURSO POLÍTICO PORTUGUÊS

Isabel Fuzeta Gil*

1. Introdução

O recente aumento de “populismos” um pouco por toda a Europa corresponde, como referido por Wodak (2015), a uma variedade de discursos políticos e de “lógicas” ou estilos discursivos, e não de um projecto homogéneo / prototípico, ainda que possam ser detetadas algumas semelhanças (veja-se na Europa os casos de Espanha, da Itália, da Grécia e de Portugal, onde nas últimas eleições legislativas, em 6 de Outubro de 2019, 2 partidos ganharam, contra todas as expectativas, assento parlamentar para 1 deputado na A.R., com 1,35% de votação).

Por outro lado, o chamado populismo não é exclusivo da direita ou da extrema-direita, como correntemente se pensa; também a esquerda ou extrema-esquerda apresentam projetos políticos ‘populistas’, visando objetivos distintos ligados a um modo de exercer a cidadania e o direito de participação democrática. Nalguns casos, o discurso populista é um discurso híbrido, oscilando entre valores da direita e da esquerda.

De uso político generalizado e pouco claro – Müller (2017, p. 25) recorda que quer Donald Trump, quer Bernie Sanders têm sido apelidados de populistas –, o termo parece apontar para movimentações sócio-políticas impulsionadas por quadros onde a frustração ou o descontentamento são manifestados por, pelo menos, um grupo de cidadãos.

* Universidade de Coimbra (FLUC) / CELGA-ILTEC, Portugal. ORCID: 0000-0003-1098-2549. itmgil@sapo.pt/isabel.gil@uc.pt

2. Discurso político e populismo: o “contrato de comunicação”

2.1. Discurso político

Analisar o populismo e os discursos em que ele se vaza passa pela consideração dos “savoirs de connaissance” (que tendem a estabelecer uma verdade isenta de subjetividade ou de juízos) e os “savoirs de croyance”, que abrangem valores de ordem moral, ética, estética ou afetiva (Charaudeau 2000): tais saberes distribuem-se por diversas áreas de valores que condicionam a reação dos interlocutores em determinadas circunstâncias e conduzem à patemização. Ora, a patemização do discurso é de particular relevo no que ao discurso populista concerne, visto que, como se verá, a opinião pública¹ se deixa manipular por emoções como a revolta, o medo, a cólera ou a indignação. As emoções estão ligadas a competências enciclopédicas, elementos doxais e representações sociais, tendo uma base cognitiva e inserindo-se num quadro de racionalidade, já que se orientam para representações sociais. Estas representações são alvo de uma avaliação por parte do sujeito, cujas crenças e saberes o levam a posicionar-se em relação a uma questão, eventualmente experienciando uma dada emoção (Micheli 2010; Plantin 2011), avaliando positiva ou negativamente o que lhe é proposto.

A construção do sentido depende, pois, do conhecimento que os interlocutores têm da própria situação de enunciação, ou seja, do “contrato de comunicação” (Charaudeau 2000).

Ao contrato de comunicação subjaz o princípio de influência, o qual determina a finalidade e a orientação do acto comunicativo, e se destaca pela forma como regula a interação verbal. A finalidade corresponde à atitude enunciativa adoptada em função do efeito visado. Atente-se que cada situação comunicativa poderá convocar mais do que uma finalidade – de entre elas, uma será dominante. O discurso é, assim, uma prática social subordinada aos saberes e conhecimentos partilhados e aos constrangimentos de ordem situacional.

No caso do discurso político, esse “contrato de comunicação”² (Charaudeau 2005, 2016) estabelece-se entre uma instância de poder, que se deve revestir de credibilidade e de autenticidade, pugnando por valores éticos e morais,

1 Sobre o conceito de “opinião pública” cf. Charaudeau, Patrick. 2013. *La conquête du pouvoir. Opinion, persuasion, valeur. Les discours d'une nouvelle donne politique*. Paris: L'Harmattan. Por agora e para o nosso objetivo interessa-nos reter as palavras deste autor, para quem a opinião pública é, mais do que conhecimento, um julgamento ou avaliação, expressão de um “savoir de croyance” (p. 23).

2 Conceito que retomamos a partir da análise semiolinguística de Charaudeau.

de modo a cativar os destinatários; uma instância constituída pelos cidadãos que hão de delegar o poder nos seus representantes; uma instância adversária opositora aos detentores do poder; finalmente, uma instância mediática, não menos importante já que transmite, amplifica e, diremos nós, dá a ver segundo perspectivas várias, nem sempre ao serviço dos interesses do público, o que se passa no domínio do poder político.

2.2. Populismo(s)

A fim de tentar caracterizar o populismo, partiremos do pressuposto de que, mais do que evocar questões ideológicas para essa caracterização, é na perspectiva do *dizer* que se pode tentar descrever este fenómeno. Efetivamente, de um ponto de vista ideológico, o populismo abrange tendências ideológicas de todos os espectros e abrange as mais distintas épocas.³

A conotação do termo envolve não raro uma avaliação ou juízo de valor negativos. Como denominador comum, os vários populismos partilham o facto de entrarem em um conflito contra o Outro, um conflito em que as massas que estão na base se opõem àqueles atores políticos que estão no topo, apoiando-se naquele que representa o cidadão comum oprimido ou desprezado pelo poder político ou pelas elites (económicas, políticas, etc.). Como refere Kranert (2020), apesar da dificuldade em definir o que é o “populismo”, dois eixos parecem percorrer o resultado de várias teorizações: o povo vs. a elite e o *nosso* povo vs *eles*. Por outro lado, o sentido que se possa atribuir ao termo (e que não é invariável) carrega uma carga avaliativa, cognitiva e afetiva, como em geral outros termos usados no léxico político. Trata-se de, citando ainda o mesmo autor, pôr em cena uma luta semântica que “strategically chooses programme terms to signify the group’s own position or stigma terms to describe and devalue the position of the political opponent” (Kranert 2020, p. 34). O sentido de termos como “populismo” variam ao longo do tempo, do contexto socio-político, ora denotando um determinado ator político, ora associando-se a um dado programa político.

Embora o populismo seja avaliado negativamente, é graças ao jogo democrático que ele se desenvolve: o princípio do debate político como meio de estabelecer uma representação da maioria dá voz ao populismo como discurso manipulador das massas (Charaudeau 2011, §41).

3 Cf. os estudos de Chantal Mouffe (2016) e Ernesto Laclau (2008).

Note-se que, se hodiernamente o termo tem um pendor negativo, algumas figuras políticas, como refere Charaudeau (2009)⁴, reclamam para si a qualidade de ser populistas, no sentido de que um político populista é aquele que está próximo de e escuta o povo, sendo que a este é também reconhecido o direito de expressar a sua opinião – ou seja, ser populista é ser democrata.

Assim, definir os termos “populismo” ou “populista” levanta algumas dificuldades, dada a multiplicidade de sentidos a eles associados, como refere Charaudeau (2011, pp. 101-116): este A. destaca o caráter essencialista e simplista de um discurso eivado de efeitos patémicos tendentes a suscitar o medo ou a estigmatizar o Outro (*ibidem*).

Por outro lado, os populistas chamam a si a missão de denunciar a corrupção ou as injustiças cometidas contra os mais fracos, o ‘povo’. A encenação é a de uma crise social que só um salvador poderá resolver (Charaudeau 2009, 2011).

2.3. Populismo e *ethos*

Quer se trate de uma crise de valores, de identidade ou uma crise económica, supõe-se que só um líder forte a poderá ultrapassar.

Esse líder populista pretende representar a voz do povo – e só ele representa e se identifica com o povo. O populismo requer a voz de um EU que defende os interesses do povo e que, não raro, se identifica com ele, partilha das mesmas reivindicações, da revolta contra uma elite e apresenta um *ethos* coletivo (mais do que um EU, é um NÓS que perpassa o discurso).

A construção de um *ethos* de credibilidade, de autenticidade, de identificação com as massas faz parte das estratégias de captação; a descredibilização ou mesmo diabolização do oponente assenta na necessidade de conseguir a adesão ao projeto apresentado aos cidadãos. Neste contrato de comunicação a instância que exerce ou procura exercer o poder deve ser dotada de credibilidade e legitimidade: deve saber cativar os cidadãos no seio do dissenso, assumir-se como o porta-voz das aspirações do povo, dissuadindo-os da tentação de aderirem ao projeto do oponente, representante do poder.

4 Charaudeau cita o caso de Le Pen, para quem ser populista é, neste sentido, ser democrata. Cf. Patrick Charaudeau. 2009., “Du discours politique au discours populiste. Un nouveau défi pour la démocratie”. In *La Clé des Langues* [em linha]. Lyon, ENS de LYON/DGESCO (ISSN 2107-7029). Consultado em <http://cle.ens-lyon.fr/plurilingues/langue/miscellanees/du-discours-politique-au-discours-populiste-un-nouveau-defi-pour-la-democratie>. Acedido em 11/06/2021.

No entanto, há que ver que a retórica populista constrói a ilusão de devolver ao povo a sua soberania, a grandeza do passado (veja-se o caso de Salazar e do Estado Novo em Portugal), a identidade nacional face ao Outro, sublinhando o direito de as massas participarem na decisão de fazer frente aos partidos políticos que ao longo do tempo se distanciaram das aspirações e preocupações do povo.

2.4. Populismo e *pathos*/patemização

Dada a óbvia matriz persuasiva deste discurso, trata-se de problematizar, de seduzir, de manipular, adoptando o locutor as estratégias que melhor servem o seu propósito.

A patemização discursiva, manifestada através de subjetivemas, termos de emoção, processos de amplificação, marca também o discurso populista: a palavra emocionada (Plantin 2011) é posta ao serviço dos objectivos perseguidos, bem como a esquematização de determinadas situações que *dão a ver* (Grize 1995, p. 264) uma realidade construída discursivamente, assente em pré-construídos culturais (*‘éclairage’*).

A espetacularização da crise e da imagem negativa do oponente constituem uma encenação patemizada propícia ao aparecimento do salvador que trará a resolução dos problemas, a reposição de valores ou a afirmação identitária nacional. Como refere Taguieff:

Les réactions dites populistes mêlent ainsi, selon divers dosages, des motifs souverainistes et des motifs identitaires, qui sont largement partagés dans tout l'espace politique. Elles diffusent des interprétations relevant du récit mythique qu'elles mélangent à des descriptions de faits observables engendrant l'inquiétude. Elles appliquent systématiquement aux événements une grille de décodage d'inspiration manichéenne, qui constitue le cœur de la rhétorique populiste : l'opposition entre les puissants (prédateurs et coupables) et le peuple (innocent et vertueux, mais victime). (2012, p. 23)

Tal não significa que no discurso populista se plasme oposição à democracia, a valores como a igualdade, a solidariedade, a liberdade de opinião, etc., continua o ator. É em nome da igualdade entre sexos ou do direito à educação que se critica o grupo minoritário da etnia cigana, por exemplo.

O discurso político passa por uma fase de promessa e de sedução junto do eleitorado. É em função do dizer, dos objetivos persuasivos que o eleitorado /

povo constrói a imagem dos atores políticos e dos valores que afirmam defender. Desta encenação surge a opinião pública, que constituirá um “savoir de croyance” que guia um posicionamento de ordem emotiva, racional ou moral, pragmática ou simbólica, levando à aceitação ou rejeição de um candidato.

Essas reações, quando verbalizadas, deixam na superfície textual “índices de patemização” (Charaudeau 2000, pp.125-155). Note-se que não está em causa a autenticidade da emoção plasmada no discurso: trata-se antes de analisar a enunciação da expressão ou da descrição (em modo ilocutivo, alocutivo ou delocutivo) que visa produzir um determinado efeito patémico no auditório. A recuperação desses índices passa pelo domínio da inferência e depende do contrato de comunicação.

A emoção joga um papel essencial junto dos cidadãos indecisos quanto à eleição ou adesão do projeto ideológico de um ator político: é então que o apelo ao medo ou à revolta suscitados por situações de desemprego, imigração, presença de minorias, etc. atrai os cidadãos, que se deixam seduzir por um *ethos* de autoridade e de salvação, pronto a defender os interesses de (alguns) cidadãos.

De um modo geral, trata-se de afirmar o bem em prol do ‘povo’; dados os diferentes contextos socio-históricos, culturais e sociais, é evidente que não há uma definição de ‘populismo’. Diremos que não há discursos populistas *per se*, mas antes que no discurso político é possível encontrar projetos com diferentes gradações de ‘populismo’. Tais gradações manifestam-se ao nível da superfície textual de formas diversas: é sobre o *dizer* que nos debruçaremos. Não é possível *fazer* (política) sem passar pela enunciação, isto é, antes de exercer o poder há que conquistá-lo e “il faut en passer par la parole”⁵ (Charaudeau 2013, p. 8).

2.5. Da polemicidade no discurso populista

Adotando uma perspectiva retórico-pragmática e argumentativa, adiantaremos que o(s) discursos(s) populista(s) se configuram globalmente como agónicos, podendo mesmo ser percorridos por traços que Kerbrat-Orecchioni (1980, p.7) designa por “policimèmes”. A construção discursiva da alteridade marca de modo particular estes discursos, já que, como se verá, neles se con-

5 Müller (2017: 54) sublinha também o papel da palavra associado ao *fazer* política: “O populismo não é apenas qualquer estratégia de mobilização que apele ao “povo”; emprega um tipo de linguagem muito específico. Os populistas não se limitam a criticar as elites. Pretendem também que eles e só eles representam o povo.

trói frequentemente através de processos de dicotomização e bipolarização uma relação entre um EU e um ELES (os oponentes num debate ou um grupo externo minoritário ou de etnia diferente, por exemplo).

Tendo em conta que, cada vez mais, mediatizar os projetos ideológicos é a forma de os atores políticos se fazerem ouvir, o insulto, o desrespeito pelas normas institucionais que guiam o debate, o chamado ‘politicamente incorreto’ têm vindo a tornar-se mais visíveis e paulatinamente vão ganhando lugar, ainda que sob protesto.

3. Constituição e análise do *corpus*

Para esta análise seleccionámos aleatoriamente quatro *Diários da Assembleia da República, I Série*⁶, (publicações que contêm a transcrição dos debates parlamentares), da XIV legislatura (iniciada em 2019), bem como alguns textos na imprensa escrita que mediatizaram junto do grande público algumas questões que suscitaram polémica⁷ (Amossy 2014) no Parlamento. Tal recorte temporal permite-nos analisar o modo como um partido de extrema-direita apresenta discursivamente o seu programa ideológico⁸, em especial tendo em conta que na Europa se estendem gradualmente movimentos populistas (maioritariamente de direita) e o impacto do partido Chega junto de partidos há muito representados no Parlamento. Para mais, Portugal junta-se assim ao grupo dos países com representação da extrema-direita, pela primeira vez desde 1974 (cf. Quintas da Silva 2018).

Surpreendentemente, verificámos que nos textos escolhidos não são muitas as ocorrências de lexias como “populista” ou “populismo”; quanto a “povo”, concorre com “populações” (por vezes no singular); em alternativa, surge a

6 Doravante assinalados pela sigla “D.A.R.”

7 Segundo Amossy, trata-se de uma modalidade argumentativa fortemente agónica, marcada pela dicotomização, pela polarização e pela desqualificação do Outro, em que as divergências são abordadas sob a égide do dissenso.

8 André Ventura foi eleito nas eleições legislativas de 6 de outubro de 2019. Entre “o silêncio” e o “ataque frontal”, com acusações de xenofobia e de “fraude política”, a sua eleição fez soar um alerta perante a onda de partidos de extrema-direita que vão grassando na Europa (é caso da Polónia, da Hungria, da República Checa, da Itália, da Bulgária, entre outros). A memória do Estado Novo em Portugal suscitou uma onda de protestos face à presença de um partido de extrema-direita na A.R.: veja-se, a título de exemplo, o artigo publicado na imprensa em <https://www.dn.pt/poder/extrema-direita-recebida-no-parlamento-entre-o-silencio-e-o-ataque-frontal-11435722.html>. A imigração e o euroceticismo, entre outras questões, põem AV no Parlamento, deputado único do CH, partido fundado havia apenas um ano.

lexia “portugueses”. De relevo é também a referenciação do “povo”: na verdade, capta-se nos discursos o recorte do povo em camadas distintas, já que o líder carismático distingue o “seu” povo do Outro, sejam etnias minoritárias que se aproveitam do trabalho do “povo”, sejam imigrantes ou elites.

Como referido anteriormente, a conquista do poder político passa pela enunciação, pelo apelo aos valores partilhados na comunidade, pela construção da imagem de um líder porta-voz desses valores e dos interesses do “povo”. Os meios de comunicação focalizam a interação entre os actores políticos e os cidadãos alvo da persuasão por parte daqueles. Daí o interesse em incluir na análise alguns excertos publicados na imprensa escrita.

4. Populismo e discurso

A referenciação de “populismo” está, em Portugal, em datas mais recentes, relacionada com a representação (algo inesperada) de dois partidos minoritários: o partido Iniciativa Liberal (doravante IL) e o Chega (doravante CH), ambos os partidos situados no espectro da direita. Em particular o CH e o seu representante mais icónico, André Ventura, têm vindo a afirmar-se no espaço político português, como o comprovam as recentes eleições presidenciais.⁹

A estratégia de polarização destes partidos assenta não só num sentimento de desencanto por parte dos cidadãos como ainda da pulverização da esquerda em Portugal (como se veio a verificar nas eleições presidenciais).

Vejamos alguns exemplos:

(1) – *D.A.R.*, I Série, nº 51, p.6, 8/05/2020

O Sr. **André Ventura** (CH): – Sr. Presidente, Sr. Primeiro-Ministro, não queria começar este debate assim, mas aqui vai uma nota inicial: Sr.^a Deputada Catarina Martins, as nossas ideias nunca serão tão repugnantes como as de menores com marijuana ou humilhar as forças de segurança sempre que acontece alguma coisa. Os meus vencimentos nunca serão de alojamento local nem de moradas fictícias no Parlamento – pode ter a certeza disso!

Também lhe quero dizer outra coisa, Sr.^a Deputada Catarina Martins: se o caixote do lixo da história mandar o Chega para lá, olhando para as sondagens de hoje e de ontem,

9 As eleições presidenciais realizaram-se em 24 de janeiro de 2021; o candidato do CH (tendo-se entretanto afastado do cargo de deputado) conquistou 11,90% dos votos, ficando em 3º lugar e ultrapassando os 10% que se propunha conquistar.

mais rápido a sua bancada irá toda para o caixote do lixo do que o Chega alguma vez irá. Muito obrigado por isso.

Sr. Primeiro-Ministro, agora, sim, dirijo-me a si: temos em Portugal um problema com a comunidade cigana e, portanto, quero perguntar-lhe o que é que o Governo pensa fazer com o reiterado incumprimento que temos visto, em várias zonas do País – no Alentejo, em Lisboa, no Norte –, por parte de comunidades ciganas. [...]

O Sr. **Primeiro-Ministro**: – Sr. Presidente, Sr. Deputado André Ventura, não, não há um problema com a comunidade cigana em Portugal. O Sr. Deputado é que tem um problema que já foi de trivela.

Este excerto testemunha o caráter agónico que encontramos no discurso político português atual. Tal agonismo envolve estratégias retórico-argumentativas diversas e a manifestação linguística de emoções. Num primeiro momento, o deputado André Ventura (que referiremos doravante por “AV”) procede à denúncia e crítica de situações de corrupção num partido de esquerda, bem como à denúncia da intenção de boicotar a segurança no país; acresce que a falta de segurança que se adivinha no futuro será tanto mais grave dada a liberalização da droga. Por outro lado, apresenta uma imagem de SI que se caracteriza pela idoneidade e pela honestidade, em contraste com o oponente. A estratégia retórico-argumentativa através da qual surge um *ethos* de credibilidade (porque honesto) corresponde, do ponto de vista pragmático, a um macroato ilocutório que se consubstancia num compósito de atos: por um lado, para além da realização de um ato compromissivo “as nossas ideias nunca serão tão repugnantes [...]”, realiza-se por derivação ilocutória um ato expressivo, que comporta uma clara dimensão de crítica ou censura; por outro lado, essa dimensão de crítica e de avaliação negativa anuncia o ato promissivo vazado em “pode ter a certeza disso!”, que reforça a crítica dirigida ao oponente. A manifestação linguística de emoções como a repulsa – emoção *dita* – pela humilhação das forças de segurança ou por ganhos ilícitos constitui uma resposta à tentativa de descredibilizar o seu próprio partido, antes descredibilizando a imagem do BE.¹⁰ A opinião pública, os “*savoirs de croyance*” explorados pela retórica populista ancora a defesa do CH: o “caixote do lixo” será o destino dos oponentes segundo a vontade do povo.

Os discursos de denúncia dos oponentes de AV são percorridos por acusações *ad hominem* (Plantin 2016) (note-se que o próprio *ethos* pré-discursivo

10 BE refere-se ao Bloco de Esquerda.

de AV é motivo de jocosidade: a carreira de comentarador de futebol não lhe dá credibilidade como ator político).

Veja-se como a inversão argumentativa se fez a partir das intervenções prévias dos oponentes:

(2) O Sr. **João Oliveira** (PCP): Durante 48 anos não nos deixámos atrapalhar pela agressividade dos fascistas e não é agora que nos vamos deixar atrapalhar pela agressividade desta gente! [...] um partido como o PCP, que tem nas suas fileiras exemplos de gente que deu a vida na luta pela liberdade e pela democracia, naturalmente assume a mesma posição firme, resistente e confiante de que o povo português há de saber colocar aqueles que procuram branquear o fascismo e o nazismo com posições e resoluções deste tipo [...] no caixote do lixo da História, porque é esse o lugar para que os povos vos hão de remeter. (p. 36)

(3) A Sr.^a **Catarina Martins** (BE): [...] Às vezes há uma linha ténue demais entre ignorar para não dar visibilidade à atrocidade ou, pelo silêncio, consenti-la.

André Ventura fez uma proposta inqualificável de decidir o confinamento de pessoas tendo em conta a sua origem étnica. Teve a resposta que devia de um campeão português, Ricardo Quaresma, e veio logo sugerir que os futebolistas deveriam ter direitos à opinião limitados.

Ficámos, portanto, a saber que o Chega não só tem opiniões repugnantes como André Ventura tem a cobardia de querer calar quem lhe faz frente. [...] fique certo de que as suas ideias racistas hão de ir parar ao caixote do lixo, de onde nunca deveriam ter saído. (p. 15)

Em (2) a resistência aos 48 anos do regime ditatorial em Portugal é apresentada como prova de que, também no futuro, o PCP ultrapassará a agressividade do CH: o NÓS presente nas formas verbais tem também um uso meta-discursivo (Marques 2000), apontando para todas as atividades políticas durante o Estado Novo. Se o defunto regime merece a referência como “fascista” (i.e., recorre-se ao uso de um lexema próprio do domínio político), já no presente o CH é referenciado como “esta gente”, plasmando-se no discurso as marcas de desprezo e desvalorização.

Esta desvalorização conjuga-se com um ato de elogio ao povo português, a quem se atribui a capacidade de rejeitar o “fascismo” e o “nazismo” merecedores do “caixote do lixo da História”. A forma perifrástica do futuro traduz um apelo aos portugueses e à sua sensatez sob a forma de uma asserção. Num crescendo de indignação – indignação que deve ser experienciada perante

as propostas do CH – o locutor toma como destinatários não apenas o povo português, mas todos os povos. A forma pronominal “vos” designa, no plano enunciativo, não apenas AV ou o CH, mas todos aqueles que se pautam pelos mesmos valores (negativamente considerados). Neste contexto, remete-se para uma forma de tratamento que visa sublinhar o desprezo e a rejeição. A satanização da imagem do CH contrasta com o *ethos* de autoridade e de legitimidade do locutor (voz coletiva representativa da bancada) e ainda com a imagem dos portugueses, fortemente encarecida pelo locutor. É que, como se disse, por um lado, há um NÓS institucional, correspondente a um uso meta-discursivo (Marques 2010, pp. 91-92) que comenta a atividade discursiva em curso e que força o adversário a reconhecer as iniciativas já tomadas em relação a um projecto que envolve interesses que o próprio adversário parece partilhar; por outro lado, é um NÓS que invoca as vozes daqueles que sucumbiram às perseguições do Estado Novo.

Em (3) é toda a postura do CH que é criticada, através do recurso a uma lexia cujo semantismo encerra uma forte avaliação negativa: “atrocidades”. Esta lexia toma um valor hiperonímico em relação com “racismo”, “cobardia”, “silenciar”. Na verdade, esta manobra de diabolização corporiza-se em AV, apelidado de “cobarde”; trata-se de uma intervenção emocionada, perpassada pela repugnância – e que “conduz” ao “caixote do lixo”, que é, afinal, a origem do CH. A insistência no uso da lexia complexa “caixote do lixo” perpetua o sentimento de repugnância (já contido na adjetivação) e de rejeição perante o conteúdo das propostas do CH.

A manifestação linguística de indignação e repulsa auto-atribuídas compreendem-se à luz da polémica criada em torno de uma comunidade minoritária: a dos ciganos, destacados como uma comunidade que impunemente ignora as regras sanitárias impostas pela pandemia. Esta dimensão contextual explica a amplificação da polemicidade e violência que perpassa a interação verbal. Tratando-se de um discurso organizado em torno de profundo desacordo, amplificam-se os traços negativos de um adversário frequentemente acusado de populismo.

Em resposta, AV baseia a sua contra-argumentação na opinião pública, apelando à emotividade do imaginário social e explorando o medo perante uma comunidade que é associada a atividades ilegais e, por vezes, violentas. Deste modo, valores como a autoridade, a segurança, o trabalho, a justiça surgem implicitamente na estratégia retórico-argumentativa de AV como algo que o BE despreza, pelo que o seu destino será certamente o “caixote do lixo” por

vontade popular. Note-se que AV explora ainda um contexto de pandemia que suscita também o medo.

Assim, o desrespeito pelas autoridades sanitárias por parte de uma minoria étnica, pondo em perigo a saúde do povo, surge como argumento para tornar a referida comunidade num problema em torno do qual se defronta um EU e os OUTROS, sendo que aquele constrói destes uma imagem de permissividade e de inércia. Daí a pergunta em tom de invetiva ao Primeiro-Ministro:

(4) Sr. Primeiro-Ministro, agora, sim, dirijo-me a si: temos em Portugal um problema com a comunidade cigana e, portanto, quero perguntar-lhe o que é que o Governo pensa fazer [...]. Pergunto-lhe: o Governo pensa ou não fazer alguma coisa sobre isso? (p. 27)

Efetivamente, a questão aqui abordada foi tema de discussão na imprensa, dando origem a artigos de opinião com títulos elucidativos como este: “Afinal, a cena do momento não é o politicamente correcto, é o politicamente incorrecto ou uma estranha forma de Ventura”. O referido título abria um artigo assinado por Paula Cordeiro publicado no jornal *Sábado*¹¹; num jogo de intertextualidade que evoca o fado “Estranha forma de vida”, a autora comenta que “A comunicação é o exercício da retórica e, esta, a forma de transformar o banal em exercícios de eloquência: por vezes, uma diarreia verbal que ninguém entende; outras vezes, uma mensagem simples ascende à noção de valor universal”. Classificando os argumentos do deputado Ventura como abjetos, relembra que é em situações de crise económica e política que “extremistas” e “radicais” surgem.

O adversário do deputado Ventura (o Primeiro-Ministro, neste caso) desqualifica-o de imediato, apelando a um *ethos* pré-discursivo que não o favorecerá junto da maioria dos cidadãos ao mencionar um problema de “trivela”¹², já que relembra que Ventura¹³ chegou à televisão como um comentador de fute-

11 In: <<https://www.sabado.pt/opiniaio/detalhe/afinal-a-cena-do-momento-nao-e-o-politicamente-correcto-e-o-politicamente-incorrecto-ou-uma-estranha-forma-de-ventura>>.

12 Trivela é um pontapé na bola dado de modo a produzir efeitos especiais. Por outro lado, este locutor relembra assim que Ventura foi em tempos comentador de futebol num canal televisivo pouco conituado.

13 AV, doutorado em Direito, tendo sido professor na Faculdade de Direito da Universidade Nova de Lisboa, chegou à arena política depois de ter sido comentador televisivo, mais conhecido por ser adepto e defensor do SLB (mas também colunista e comentador jurídico) foi como candidato autárquico à presidência da Câmara Municipal de Loures pelo PSD (um partido de centro socia-democrata) e do CDS-PP (um partido alinhado à direita) que chegou à arena política (Marchi 2020, pp. 22-28). O seu discurso focou-se desde o início nos “abusos” de minorias, como a etnia cigana em

bol, evocando-se assim a pouco salutar ligação entre a política e o futebol – ora, num país em que é o futebol que atualmente domina o interesse por desporto, tal comentário visa manchar a seriedade do visado como político. Por outro lado, convoca vozes que se manifestaram nos *media* contra a intervenção de Ventura – no caso, as palavras de um futebolista cigano que manifestou a sua indignação, tendo AV “levado um baile” em resposta à sua proposta de fazer um cordão sanitário em volta de uma comunidade cigana.

A expressão “levar um baile” é também desqualificadora, até por se tratar de um coloquialismo inadequado ou pelo menos inesperado no discurso político parlamentar institucional. A polémica levantada em torno da proposta de isolar aquela comunidade passa para a praça pública, já que o deputado desafia nos jornais o futebolista e afirmando que “com o Chega isto vai acabar”.

A sua enunciação é a de um defensor que pugna pela defesa “dos portugueses”:

(5) “Recuso-me. Recuso que os portugueses continuem a pagar para isto.” [referindo-se a confrontos ocorridos naquela comunidade]. (p. 29)

Após uma narrativa expondo os factos, referenciados por “isto” (retoma por encapsulamento), estão as bases para a argumentação de AV estabelecidas: isolamento do Outro. A reiteração da recusa de AV vinca a estratégia de cindir a sociedade entre os portugueses e os Outros; é esta alteridade que é construída discursivamente como uma ameaça. A oposição portugueses / ciganos realiza também pela palavra o isolamento de uma minoria étnica. Tal afirmação reflete, do ponto de vista retórico argumentativo, uma forma de estabelecer uma lógica diádica segundo a qual parte do povo não faz parte do povo: os portugueses são o povo, os ciganos são os Outros. Quer os inimigos internos, quer os inimigos externos são denunciados por uma figura com um *ethos* messiânico: como refere Charaudeau (2015, §28), “Le charisme du leader populiste, en ce qu’il invoque les forces du mal, révèle une figure d’imprécateur”.

A estratégia retórico-discursiva de referenciar os ciganos é implicitamente reconhecida e rebatida pelo Primeiro-Ministro:

Portugal. Trata-se de um discurso ancorado na distinção entre os portugueses que trabalham e as minorias (por inferência, não farão parte do povo português) que recebem subsídios sem trabalhar. Daí que a sua proposta de formar um cordão sanitário à volta de uma comunidade de etnia cigana no contexto da pandemia da COVID-19 tenha sido recebida com forte indignação, acusações de xenofobia e de discriminação.

(6) Sr. Presidente, Sr. Deputado André Ventura, só posso dizer o seguinte: tal como não acho que devamos discriminar os ciganos relativamente aos outros portugueses [...].
(*ibidem*)

Tal estratégia por parte de AV acabou por persuadir parte do eleitorado português: nas eleições presidenciais, já que em Moura, onde o PCP sempre obtivera a maioria dos votos, a população votou no CH, alegando justamente o cansaço perante a crescente presença da comunidade cigana e o apoio financeiro/assistencialista dispensado àquela comunidade (que em nada contribui para a sociedade) – evocando as palavras de AV¹⁴ no Parlamento¹⁵. Note-se que Ventura tencionava já então candidatar-se à Presidência da República, pelo que ecoando o descontentamento de alguns portugueses num contexto de dificuldades económicas elabora uma estratégia retórico-discursiva de mobilização dos eleitores.¹⁶

Tais estratégias caracterizam a polémica: há que atacar ou minimizar o adversário, excluindo-o como ameaça. Não raro, citam-se as palavras do adversário para lhes atribuir um sentido inverso, sobressaindo então uma dimensão *meta* na interacção. Daí que lexias como “extremismo” ou “radicalismo” surjam nos discursos de oponentes. Veja-se o seguinte excerto:

(7) – D.A.R., I Série, nº 58, p. 30, 4/6/2020

O Sr. **João Cotrim de Figueiredo** (IL): [...] O segundo vírus é o extremismo, o extremismo que aproveita o facto de estar boa parte do mundo virada para a COVID e tenta, por todas as vias, à esquerda e à direita, aumentar o papel do Estado em tudo o que é economia, em tudo o que é prestação de serviços públicos, em tudo o que é intromissão na vida privada das pessoas. Esses extremistas tentam aumentar a repressão daqueles que amam verdadeiramente a liberdade, ameaçam com censura aqueles que discordam... [...]

A minha pergunta muito concreta, Sr. Primeiro-Ministro, é esta: o que é que o seu Governo e o senhor, em particular, vão fazer para que Portugal não sucumba ao medo que nos está a bloquear e não sucumba ao extremismo que pode minar as bases da democracia liberal? [...]

14 Ver nota 12.

15 Embora AV se tenha apresentado na companhia de dois indivíduos de etnia cigana durante a campanha presidencial, suscitando acusações de populismo e de hipocrisia.

16 Ora, tal como afirma Charaudeau (2013), os *media* providenciam hodiernamente os meios para chegar mais rápida e directamente junto do eleitorado, pelo que trazer esta polémica para junto do público faz chegar a mensagem ideológica aos destinatários.

O Sr. **Primeiro-Ministro**: [...] Claro que, como é sabido, com crise ou sem crise, há sempre gente que entende que o discurso populista dá votinhos e, portanto, explora-o. Olhe, é o caso do Sr. Deputado André Ventura! Mas isso é por causa da crise? Não! É assim!

Trata-se de um excerto da intervenção de um deputado de um partido constituído recentemente e pela primeira vez com assento parlamentar: o IL, alinhado ao centro-direita. Aludindo à COVID-19 e ao medo que suscita, referencia as estratégias políticas, por parte de todos os espectros partidários, adotadas para controlar, reprimir, ameaçar, censurar e destruir as bases da democracia. Tais estratégias constituem também um vírus, algo que se espalha veloz e insidiosamente, ‘infetando’ a sociedade – através do uso desta lexia, que funciona, pois, neste co(n)texto como uma metáfora, referencia-se uma situação em que há um inimigo no seio da democracia, pronto a espalhar-se e a destruir qualquer forma de oposição. Esse vírus é o “extremismo”, associado a morte por via da associação com a forma verbal de “sucumbir”; a isotopia de um grupo ameaçado por um Outro prolonga-se, como se vê, nesta intervenção. A referência a uma crise é objeto de denúncia e de alerta, sendo que a pergunta à figura do Primeiro-Ministro aponta, por implicitação, para um político cujo *ethos* é o de um salvador / protetor do “povo”.

Ainda neste excerto, o “discurso populista” é referenciado negativamente como um discurso falso e hipócrita: não passa de um discurso que dá “votinhos” – este diminutivo contribui para a avaliação axiológica negativa não só do discurso mas das instâncias enunciatórias que o “exploram”, nomeadamente o deputado Ventura, que surge como epítome das vozes que habitam tais discursos.

(8)– D.A.R., I Série, nº 61, p. 49, 9/6/2020

O Sr. **João Cotrim de Figueiredo** (IL): – Sr. Presidente, Sr.^{as} e Srs. Deputados: O turbilhão da crise e a espuma dos dias tem escondido o facto de que Portugal – e, na verdade, boa parte do resto do mundo – está a chegar a uma bifurcação no seu percurso democrático. Temos perante nós uma escolha entre dois caminhos: de um lado, o caminho da liberdade, do outro o caminho do extremismo, aquilo a que Hayek chamou o caminho da servidão. É, por isso, mais importante do que nunca defender o caminho da liberdade e barrar o caminho aos extremismos de cariz populista.

Esses extremismos populistas, quer os de direita, quer os de esquerda, têm muito em comum: ambos desvalorizam a liberdade, a sociedade aberta e a democracia liberal; ambos estão unidos na apologia do coletivismo, de mais poder para o Estado, menos

poder para as pessoas; ambos têm visões messiânicas de uma pessoa ou de um grupo de iluminados com receitas simplistas e ambos se opõem ao comércio livre e ao mercado. São parecidos no seu ódio à liberdade e nos seus ataques às instituições democráticas, uns em nome da justiça social e outros em nome da segurança económica, uns por preconceito étnico e outros por preconceito de classe.

Como ameaça à democracia liberal, surge de novo a referência ao vírus, desta vez referenciado como “turbilhão”, lexia que pelo seu conteúdo semântico sugere uma ameaça que destrói a ordem estabelecida em princípios democráticos e que rapidamente se estende – há um claro aproveitamento do contexto de pandemia que se vive atualmente. A referência a “repressão” e a “censura”, ou “bloqueio” serve o propósito de, pelo medo, suscitar reacções de repúdio pela actuação governativa.

Opondo o caminho da liberdade ao do extremismo, o deputado evoca acontecimentos de carácter sócio-político, esquecidos pelo que designa como “turbilhão”, referenciando assim a crise económica e a pandemia, sendo que estas encobrem ao eleitorado a ameaça à liberdade e à democracia. As lexias escolhidas para esquematizar a situação carregam uma avaliação negativa, pintando um quadro de distopia; os extremismos, quer de esquerda quer de direita, ameaçam o eleitorado, que oscila entre extremos. O locutor apresenta-se como uma voz que denuncia os perigos que se avizinham, colocando-se contra a situação política e anunciando a necessidade de uma rutura com o passado e o presente.

Deslegitimando os adversários através de ataques a incongruências no *fazer* político, desferindo ataques à sua credibilidade, o deputado do IL referencia os seus modos de agir como “extremismos de cariz populista e messiânico”. Todo o discurso deste locutor é percorrido por um veio semântico-pragmático de binarização entre o BOM e o MAU, pelo que são claramente perceptíveis os pares opositivos que actualizam essa binarização. Note-se que se trata também de uma estratégia de dicotomização entre um EU (que representará um *ethos* coletivo) e um ELES/OUTROS. A figura do populista é reconhecida como a de um salvador, dado o seu carácter “messiânico”.

Trata-se de uma esquematização que, do ponto de vista cognitivo, tende a orientar os destinatários, no âmbito de um processo com dimensões ilocutórias e perlocutórias. Claramente percorrido por dimensões de ordem cognitiva e patémica, é um discurso em que o locutor se faz representar como um defensor de valores democráticos escamoteados pelos representantes do povo.

É de notar que o termo “populista” aparece no *corpus* selecionado como referência da figura que representa o ideário (globalmente) do populismo, os atores políticos que apelam ao povo, aproveitando-se do seu desencanto ou frustração face às elites políticas e, sobretudo, o conjunto de características que definem um ideário que se apresenta como (anti-)sistema. Veja-se o seguinte exemplo:

(9) O populismo vive da identificação de “inimigos”, algo que resulta na criação de “grupos” não tanto por “terem muito em comum” mas por “terem um inimigo em comum”. Grupos que se desenvolvem e crescem a partir da segurança que o próprio grupo confere, a par da identificação de e com líderes, também eles populares, por populistas. Líderes a quem normalmente são reconhecidas características salvíficas (de abnegação pela causa, de nada temerem, de aceitarem o sacrifício pelo ideal do grupo); [...]

O populismo, dicotomiza.

Força os extremos, procurando anular o meio termo, algo aos olhos dos populistas reservado a cidadãos sem coragem e manietados pelo sistema do “politicamente correto”. Força o “seguidismo” e a certeza permanente, procurando anular o debate e a dúvida, algo aos olhos dos populistas reservado a cidadãos fracos e pactuantes com o sistema do “politicamente correto”. [...]

A razoabilidade e a negociação são estranhas ao populismo e aos populistas e, a par de qualquer confronto direto, apenas geram maior polarização, algo que promove maior dicotomização das pessoas e da sociedade. (Miguel Ricou e Tiago Pereira, *PanPopulismo, Público*, 30/06/2020)

“Populismo” surge neste excerto como catalisador de dicotomias, de identificação de inimigos em comum e de grupos heterogêneos unidos por um líder popular e populista. É de assinalar a ocorrência da lexia “popular”: o líder popular é aquele que se identifica com o povo, que se apresenta como salvador desse povo e corajosamente o defende. O debate é inexistente; ao populista interessa a dinamização da polarização e da dicotomia.

Estas características do populismo que vemos surgir e alastrar-se no séc. XXI partilham traços do populismo do Estado Novo (Duarte, Pinto, & Salgado 2019): uma retórica maniqueísta (“Quem não está connosco é contra nós.”), um discurso simplista, percorrido por um eixo semântico-pragmático BEM/MAL (acompanhado de valores axiológicos antagónicos), índices de patemi-

zação que apelam ao medo, efeito procurado por atos ilocutórios de crítica ou de aviso.

(10) – *D.A.R.*, I Série, nº 16, 23/10/2020, p. 7

A Sr.a **Isabel Alves Moreira** (PS): – É contra esse ataque que nos erguemos, porque em tempos de separação populista entre o «nós» e os «eles» reafirmamos a República, erguemos a Constituição, saudamos o povo aqui presente em cada Deputado e Deputada e sabemos da especial responsabilidade que temos em não declinar o dever de legislar. [...] Pela nossa parte, cá estamos, na Casa do povo, no enorme «corredor» do povo, para cumprirmos o nosso dever – o nosso dever!

É [a AR] composta pelos Deputados eleitos pelos portugueses num sistema de democracia representativa, que espelha as múltiplas sensibilidades da nossa população.

O locutor referencia “populismo” como uma estratégia de polarização e de dicotomização, desta vez a propósito de uma proposta de um referendo em torno da legalização da eutanásia, em discussão há alguns meses em Portugal, e que tem sido objeto de polémica; dado estar em causa a vida humana, alguns grupos de cidadãos propõem a realização de um referendo. Tal proposta é referenciada como um “ataque” e uma “separação populista”. A cisão entre um NÓS (os representantes do povo na A.R.), que se sente deslegitimado, sem direito ao *dizer e fazer* políticos, e um ELES (os cidadãos que não reconhecem autoridade à A.R. nem legitimidade para legislar uma questão tão delicada) é vista como um ataque ao parlamentarismo. Por outro lado, o “povo” é aquele que é representado pelo Hemiciclo, por oposição aos cidadãos que são excluídos como “iluminados” arrogantes (“do alto das suas cátedras”) que pretendem um acto de democracia participativa¹⁷ (*D.A.R.*, I Série, nº 16, 23/10/2020, p.11).

Num discurso que se pauta por estratégias de afirmação de força, de defesa do povo português guiado por um líder messiânico apoia-se também a estratégia de sedução e de apresentação do projeto de AV. Vejam-se alguns excertos retirados de um texto de imprensa:

No *lead* de uma notícia sobre uma manifestação do Chega:

17 A descredibilização deste grupo de cidadãos (que não farão parte do povo representado) é denunciada como “ofensa” ou “escárnio” – a um discurso com índices passionais negativos tenta sobrepor-se um discurso de justiça (justificado pelo número de subscritores de proposta para referendo). Note-se que, mais do que cidadãos, são concidadãos, referenciando-se deste modo a comunhão de interesses e valores entre o locutor e aqueles cidadãos alvo de uma manobra de exclusão.

(11) O protesto “Portugal não é racista”, convocado pelo Chega, arrancou com seis vezes menos participantes do que o esperado, mas o grupo foi-se compondo, chegando ao Terreiro do Paço com cerca de 1200 pessoas. [...] O líder populista acabou a invocar Sá Carneiro e Deus, após ter feito um gesto semelhante ao da saudação nazi durante o desfile.¹⁸

Em resposta às acusações de racismo, um grupo heteróclito de apoiantes do Chega organiza a contra-manifestação referenciada como “protesto” face à construção do *anti-ethos* de AV. A notícia dá conta de algumas estratégias deste partido: a evocação de um político (já falecido) credível e revestido de autoridade, a referência a Deus (Portugal é ainda um país onde as tradições religiosas se mantêm) e ainda a referência a uma atriz comparada a Brigitte Bardot por sofrer represálias ao apontar o dedo aos muçulmanos.

Citando algumas palavras de AV, infere-se que este apresenta um *ethos* próximo do de um líder forte, capaz de cativar apoiantes fiéis com os quais estabelece um vínculo de confiança cega, de natureza patémica – mais do que ideológica, como sublinha ainda Charaudeau (2011, p. 204).

(12) “Desde Sá Carneiro que nunca mais tivemos um líder que defendesse os portugueses, apontou. Por esse ideal, que não detalhou, Ventura disse que aqueles que o acompanham estão “dispostos a morrer”.¹⁹

Se já na *Retórica* de Aristóteles o *ethos* é definido como prova técnica dirigida a um grupo de indivíduos e é conceptualizado como algo ligado à própria enunciação (1356a), também é verdade que fatores extradiscursivos, como o tom de voz, um discurso inflamado, a dimensão do mimo-gestual e até o vestuário possam condicionar a construção do *ethos* do locutor por parte do auditório. Aliás, a conceção multimodal da atividade discursiva acaba por fazer com que esses fatores façam parte do discurso. Tal é visível na estratégia populista que temos vindo a analisar: o tom intempestivo de AV nas intervenções, o gesto evocativo da saudação nazi ou ainda o ato de se fazer fotografar junto do túmulo de D. Afonso Henriques contribuem para a construção identitária de um líder messiânico e fundador de uma espécie de nova nação²⁰, escolhida

18 <https://www.jn.pt/nacional/manifestacao-de-direita-arranca-com-um-sexto-dos-participantes-esperados-12360962.html>

19 <https://www.jn.pt/nacional/manifestacao-de-direita-arranca-com-um-sexto-dos-participantes-esperados-12360962.html>

20 Aliás frequentemente referenciada por AV como a “Quarta República”.

por “portugueses de bem”, designação que concretiza a cisão entre o povo e a alteridade ameaçadora. Efetivamente, tão nuclear é o projeto discriminatório contra uma minoria, que aquela designação constava de um cartaz durante a campanha presidencial de AV. Em comícios pelo país, AV referencia a luta pelo poder como uma batalha “do Bem contra o Mal, dos portugueses de bem contra a minoria”²¹

A construção identitária de um salvador messiânico (belicista em prol do povo) é discursivamente construída e reforçada através de dimensões multimodais (a imagem):

(13) Será a decisão da maioria dos portugueses de bem que vão votar no dia 24 [...]. Nós não temos medo. Nem de manifestações, nem de ameaças, nem de boicotes. Nós não nos deixamos intimidar e aqui mesmo, onde D. Afonso Henriques está sepultado, ele que é o pai da nacionalidade, temos o dever histórico de dizer que nenhuma minoria nos vai impedir de salvar Portugal.²²

5. Considerações finais

A defesa de valores como a liberdade, a denúncia do sistema contra os cidadãos, a repressão, o apelo ao medo, a clivagem entre grupos de cidadãos invocando argumentos distintos tematizam, de um modo global, o discurso político parlamentar nos dias correntes. Estabelecer uma ligação forte com o “povo” ou “população” é uma estratégia comum.

A apropriação de *slogans*, quer da esquerda, quer da direita, o apelo ao medo e à coragem para mudar o estado de coisas vigente, a denúncia de perigos que ameaçam a democracia, a diabolização dos adversários parecem ser estratégias dos discursos populistas. O poder do discurso advém não apenas da defesa de valores e de projetos ideológicos mas também do apelo à emoção. A vitimização dos cidadãos constitui outra estratégia, acompanhada da esquizematização de uma situação avaliada negativamente e da apresentação de um líder com um *ethos* de credibilidade e legitimidade.

Certamente que a dimensão patêmica está imbricada no fio do discurso: neste se plasmam emoções como o medo, a indignação, a vergonha e a cora-

21 <https://www.tsf.pt/portugal/politica/ventura-fala-em-eleicao-do-bem-contra-o-mal-dos-portugueses-de-bem-contra-a-minoria-13255377.html>.

22 <https://expresso.pt/presidenciais2021/2021-01-20-Ventura-enfrenta-maior-protesto-antifascista-a-porta-da-igreja-e-pede-cartao-vermelho-para-a-vergonha-de-Presidente-Marcelo>

gem. O processo de patemização contribui significativamente para a estratégia de um discurso e de um agir populistas.

Pela persuasão e sedução, o discurso populista procede à aniquilação do(s) adversário(s), defende o povo, que valoriza como decisor no espaço político, e idealiza pela palavra uma nova ordem política, à cabeça da qual surge a figura do “salvador”.

Referências bibliográficas

- Amossy, R. (2014b). *Apologie de la polémique*. Paris: P.U.F.
- Charaudeau, P. (2000). La pathémisation à télévision comme stratégie d'authenticité. In Plantin, C., Doury, V. & Traverso, V., *Les émotions dans les interactions* (pp. 125-155). Lyon: P.U.L.
- Charaudeau, P. (2005). *Le discours politique. Les masques du pouvoir*. Paris: Vuibert.
- Charaudeau, P. (2009). Du discours politique au discours populiste. Un nouveau défi pour la démocratie. In La Clé des Langues [em linha]. Lyon, ENS de LYON/DGESCO (ISSN 2107-7029). Consultado em <http://cle.ens-lyon.fr/plurilingues/langue/miscellanees/du-discours-politique-au-discours-populiste-un-nouveau-defi-pour-la-democratie>
- Charaudeau, P. (2011). Réflexions pour l'analyse du discours populiste. *Mots. Les langages du politique*, 97, 101-116.
- Charaudeau, P. (2013). *La conquête du pouvoir. Opinion, persuasion, valeur. Le discours d'une nouvelle donne politique*. Paris: L'Harmattan.
- Charaudeau, P. (2015). Le charisme comme condition du leadership politique. *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 7. <http://openedition.org/rfsic/1597>
- Charaudeau, P. (2016). Du discours politique au discours populiste. Le populisme est-il de droite ou de gauche?. In Corcuera F. et al. (dir.), *Les discours politiques. Regards croisés* (pp. 32-43). Paris: L'Harmattan. Consultado em <http://www.patrick-charaudeau.com/Du-discours-politique-au-discours.html>
- Duarte, I. M., Pinto, Guedes, A., & Salgado, S. (2019). Estratégias discursivas populistas do discurso político populista em Portugal: *Estado Novo* e movimentos populistas atuais. In M. A. Marques & S. S. Pinto (Org.s), *Linguagens de Poder* (pp. 35-54). Braga: CEHUM.
- Grize, J-B. (1995). Argumentation et logique naturelle. Convaincre et persuader. *Hermès, La revue*, 1 (15), 263-269.
- Kerbrat-Orecchioni, C. (1980). *Le discours polémique*. Lyon: P.U.L.
- Kranert, M. (2020). When populists call populists populists: ‘populism’ and ‘populist’ as political keywords in German and British politica discourse. In Kranert, M. (Ed.),

- Discursive approaches to populism across disciplines. The return of populists and the people* (pp. 31-60). Cham: Palgrave, MacMillan.
- Laclau, E. (2008). *La raison populiste*. Paris: Le Seuil.
- Marchi, R. (2020). *A nova direita anti-sistema. O caso do Chega*. Lisboa: Edições 70.
- Micheli, R. (2010). *L'émotion argumentée. L'abolition de la peine de mort dans le débat parlementaire français*. Paris: Cerf.
- Mouffe, Ch. (2016). *L'illusion d'un consensus*. Paris: Albin Michel.
- Müller, J-W. (2017). *O que é o populismo?* Lisboa: Texto Editores.
- Marques, M. A. (2000). *Funcionamento do Discurso Político Parlamentar: a organização enunciativa no debate da Interpelação ao Governo*. Braga: CEHUM.
- Marques, M. A. (2005). Debate, argumentação e organização enunciativa. *Comunicação e Sociedade*, 8, 47-62
- Plantin, Ch. (2011). *Les bonnes raisons des émotions. Principes et méthode pour l'étude du discours émotionné*. Bern: Peter Lang.
- Plantin, Ch. (2016). *Dictionnaire de l'argumentation. Une introduction aux études d'argumentation*. Lyon: ENS Éditions.
- Quintas da Silva, R. (2018). A Portuguese exception to right-wing populism. *Palgrave Commun* 4, 7. <https://doi.org/10.1057/s41599-017-0062-8>
- Taguieff, P-A. (2012). *Le Nouveau National-Populisme*. Paris: C.N.R.S. Éditions.
- Wodak, R. (2015). *The politics of fear: what right-wing populist discourses mean*. London, Sage.

FALAR ÀS MASSAS, CALAR O POVO. USOS DA LINGUAGEM FASCISTA NO BRASIL CONTEMPORÂNEO

Carlos Piovezani*

1. Introdução

Os amantes da linguagem sempre tiveram uma aguda consciência das relações entre a palavra e o poder. Desde os antigos, já provém a ideia de que nossa fala tem grandes capacidades e não menores perigos, ou seja, de que ela pode tanto servir de remédio quanto de veneno:

Assim como tal droga faz sair do corpo um tal humor, e que umas fazem cessar a doença, outras a vida, assim também, dentre os discursos, alguns afligem, outros encantam, fazem medo, inflamam os ouvintes, e alguns, por efeito de uma má persuasão, drogam a alma e a enfeitiçam (Górgias 2005, p. 299).

Entre seus amantes modernos, essa consciência não se perdeu. Nós podemos encontrá-la nas reflexões de Roland Barthes sobre as constitutivas relações entre o poder e a linguagem. A respeito do primeiro, o pensador francês afirma o seguinte:

O poder está presente nos mais finos mecanismos do intercâmbio social; não somente no Estado, nas classes, nos grupos, mas ainda nas modas, nas opiniões correntes, nos espetáculos, nos jogos, nos esportes, nas informações, nas relações familiares e privadas, e até mesmo nos impulsos liberadores que tentam contestá-lo (2000, p. 11).

* Departamento de Letras, Universidade Federal de São Carlos (UFSCar) e Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), São Carlos/SP, Brasil. ORCID: orcid.org/0000-0002-3612-983X
cpiovezani@uol.com.br

Já no que se refere à segunda, Barthes diz que o poder habita seu interior e a explora: o objeto “em que se inscreve o poder, desde toda a eternidade humana, é: a linguagem – ou, para ser mais preciso, sua expressão obrigatória: a língua” (2000, p. 12). Uma célebre passagem desse mesmo texto de Barthes vem então logo em seguida: “a língua, como desempenho de toda linguagem, não é nem reacionária, nem progressista; ela é simplesmente: fascista; pois o fascismo não é impedir de dizer, é obrigar a dizer” (2000, p.14). O uso da língua aprisiona, porque nela se confundem o poder e a servidão. Se a liberdade é a potência de subtrair-se ao poder e de não submeter ninguém, então, somente poderia haver a experiência absoluta da liberdade fora da linguagem. Isso nos seria impossível, pois não há vida humana fora da linguagem. Barthes indica uma única saída: “só resta, por assim dizer, trapacear com a língua, trapacear a língua” (2000, p. 16). É no interior da própria linguagem que o fascismo da língua pode e deve ser combatido.

Ao fascismo da língua e a todo e qualquer fascismo, devem-se contrapor as trapaças da língua, as participações democráticas e as liberdades dos desejos. Muitas línguas, diversas vozes e múltiplas funções: todas elas alçadas à condição de igualdade. Elas formariam, assim, uma fonte da qual todos os humanos poderiam beber livremente e conforme a verdade de seus desejos.

Essa liberdade é um luxo que toda sociedade deveria proporcionar a seus cidadãos: tantas linguagens quantos desejos houver. Que uma língua, qualquer que seja, não reprima outra: que o sujeito conheça, sem remorso, sem recalque, o gozo de ter a sua disposição duas instâncias de linguagem, que ele fale isto ou aquilo segundo as perversões, não segundo a Lei (Barthes 2000, p. 24).

Sem essa utopia, sem essa resistência forjada com a linguagem e na própria linguagem, o fascismo grassa como desejo que deseja sua própria repressão, seja no Estado totalitário, seja no mercado neoliberal, seja ainda em interconexões de seus traços e de suas facetas em democracias formais. Se, no fascismo cotidiano, os poderes imiscuem-se na linguagem para nos tentar impor o que deveríamos pensar, fazer e dizer, com mais forte razão, estabelecem-se relações constitutivas entre a língua e as opressões, entre os discursos do ódio e as ações de extermínio, quando os fascistas ou neofascistas assumem os lugares de poder no Estado. Dois ilustrativos episódios ocorridos ainda no começo dos Estados totalitários da Itália e da Alemanha comprovam-no.

Na noite do dia 22 de junho de 1925, Mussolini pronunciou um discurso no mausoléu de Augusto. Esse pronunciamento registra pela primeira vez o uso do termo *totalitário* entre os fascistas. Contudo, essa não é a única razão de ele ter se tornado conhecido. Por um lado, sua fala situa-se numa longa cadeia de discursos, nos quais as coisas ditas narram e engendram as ações totalitárias; por outro, manifesta pela boca de seu líder supremo um dos principais traços do fascismo: “negar aos outros partidos a legitimidade, o direito de existirem ou de tornarem-se fatores positivos de governo” (Faye 2009, p. 57). As ações violentas e os assassinatos já haviam começado, mas esse discurso dava-lhes uma justificativa, um acobertamento e um incentivo do Estado.

Usar sem reserva um último e radical ato de linguagem: o comando à execução. Era isso que passara a circular nos discursos de Hermann Göring, desde o início de fevereiro de 1933. Ele era ministro do Interior da Prússia e fora figura fundamental para que Hitler alcançasse o posto de chanceler da Alemanha. A partir do dia 07 daqueles mês e ano, Göring passara a anunciar aos membros da polícia que haveria proteção legal para “qualquer um que fosse levado a ‘puxar sua arma’ no combate ‘contra a rale e a canalha internacional’ ou, numa linguagem mais clara, contra o que se denominava então os partidos social-democrata e comunista alemães” (Faye 2009, p. 148). Dez dias mais tarde, Göring lançou um decreto no qual precisa que “a polícia deve evitar qualquer processo contra as ‘associações nacionais’, SA, SS e *Capacete de Aço*, mas deve, ao contrário, se necessário, ‘fazer uso de suas armas sem hesitação’” (Faye 2009, p. 149).

As reflexões de Barthes, de Faye e ainda de outros pensadores, de cujas ideias valer-nos-emos adiante, atestam os terríveis vínculos entre os poderes e os perigos da palavra nos regimes fascistas. Em contextos de exceção, seus líderes falam às massas para mais bem calar o povo e usam a linguagem humana para estimular a violência e para calar a linguagem humana, ou seja, para minar sua abertura ao diálogo e à compreensão das diferentes visões de mundo e das distintas formas de vida. Não poucos traços dessa linguagem, que concorreu mais decisivamente do que costumamos supor para o acontecimento de abomináveis catástrofes, voltam a rodear-nos e a frequentar-nos em vários países nas primeiras décadas do século XXI. Em alguns deles, isso ocorre a despeito da existência de condições formais da democracia representativa. É por essa razão que o objetivo mais fundamental deste capítulo consiste em contribuir para a compreensão de algumas das principais propriedades da

linguagem fascista, tal como elas têm se reatualizado em discursos políticos do Brasil contemporâneo.

Nossa pretensão é a de realizar, inicialmente, uma breve exposição histórica de certas semelhanças e diferenças entre o populismo e o fascismo, com base nas ideias de Federico Finchelstein, em sua obra *Do fascismo ao populismo na história*, para, em seguida, apresentar algumas reflexões sobre a linguagem fascista, a partir de Victor Klemperer, em *A linguagem do Terceiro Reich*, e de Jean-Pierre Faye, em *Introdução às linguagens totalitárias*, e, finalmente, reproduzir e analisar alguns pronunciamentos e declarações de Jair Bolsonaro. Amparados em postulados da Análise do discurso e ainda em certos princípios da Retórica, sustentaremos aqui a ideia de que vários discursos desse político brasileiro, produzidos ao longo de mais de três décadas de sua vida pública, materializam traços de uma linguagem neofascista, tais como os discursos de ódio e de incitação à violência e ainda os desempenhos oratórios virulentos.

2. Populismo, fascismo: história, diferenças e conjunções

Nas primeiras décadas do século XXI, assistimos a uma ascensão da extrema-direita em vários lugares do mundo. Dadas algumas semelhanças entre esse fenômeno e o surgimento e a consolidação dos fascismos nas décadas de 1920 e 1930 na Europa, várias análises de cientistas políticos, filósofos e historiadores, dedicadas à presença da extrema-direita em nossos dias, dividiram-se, *grosso modo*, em dois blocos: o primeiro afirma que líderes políticos como Donald Trump, Viktor Orbán, Recep Tayyip Erdoğan e Jair Bolsonaro são populistas de extrema-direita; já o segundo, tendo em vista as medidas radicais tomadas por esses líderes, considera-os neofascistas. Vejamos abaixo uma pequena amostra desse debate.

Em 2019, o fascismo completara 100 anos de seu nascimento. Por essa ocasião, a *BBC* de Londres entrevistou o historiador italiano Emilio Gentile. Naquela circunstância, o jornalista Angelo Attanasio, que conduziu a entrevista, assim apresentou seu entrevistado: “O historiador italiano Emilio Gentile é um dos maiores especialistas em fascismo do mundo”. Com o lastro de uma vida acadêmica inteira dedicada ao estudo do fascismo, Gentile afirmava que é preciso distinguir entre o fascismo histórico e o que é frequentemente chamado de “fascismo” após 1945. Isso porque somente o primeiro consiste no “regime que, a partir da Itália, marcou a história do século 20 e se estendeu à

Alemanha e a outros países europeus no período entre as duas guerras mundiais”, ao passo que o segundo “se refere a todos aqueles que usam da violência em movimentos de extrema-direita” (Gentile 2019, s. p.). Segundo o historiador italiano, a extrema-direita se caracteriza por se opor “aos princípios da Revolução Francesa de igualdade e liberdade, mas sem necessariamente ter uma organização totalitária ou uma ambição de expansão imperialista” (Gentile 2019, s. p.). São esses últimos aspectos que tornam um movimento ou um regime fascista: “Sem o regime totalitário, sem a submissão da sociedade a um sistema hierárquico militarizado, não é possível falar de fascismo” (Gentile 2019, s. p.). Com base nessas afirmações de Gentile, Attanasio lhe dirige estas questões, que são assim respondidas:

BBC – O senhor acha que existe o perigo de um retorno do fascismo?

Gentile – Não, absolutamente, porque na história nada volta, nem de um jeito diferente. O que existe hoje é o perigo de uma democracia, em nome da soberania popular, assumir características racistas, antissemitas e xenófobas. Esses movimentos se definem como uma expressão da vontade popular, mas negam que este direito possa ser estendido a todos os cidadãos, sem discriminações entre os que pertencem à comunidade nacional e aqueles que não lhe pertencem.

BBC – Donald Trump, Vladimir Putin, Jair Bolsonaro, Viktor Orbán e outros líderes políticos foram chamados de fascistas por suas políticas de imigração ou seu nacionalismo. É correto defini-los assim?

Gentile – Se afirmamos isso, poderíamos dizer então que todos o são, porque são homens e brancos. Mas, ao mesmo tempo, não entenderíamos a novidade destes fenômenos. Não se deveria aplicar o termo “fascista” para todos os contextos, mas entender quais são as causas que geraram e fizeram proliferar estes fenômenos. Em todos esses países, esses movimentos extremistas se afirmaram com base no voto popular.

BBC – O senhor acha, então, que a palavra “fascismo” está sendo abusada para definir estes governos?

Gentile – Na minha opinião, é um grande erro, porque não nos permite compreender a verdadeira novidade destes fenômenos e o perigo que eles representam. E o perigo é que a democracia possa se tornar uma forma de repressão com o consentimento popular. A democracia em si não é necessariamente boa. Só é boa se realiza seu ideal democrático, isto é, a criação de uma sociedade onde não há discriminação e na qual todos podem desenvolver sua personalidade livremente, algo que o fascismo nega completamente. Então, o problema hoje não é o retorno do fascismo, mas quais são os perigos que a democracia pode gerar por si mesma quando a maioria da população – ao menos,

a maioria dos que votam – elege democraticamente líderes nacionalistas, racistas ou antissemitas.¹

Sem dúvida, a história não se repete. Subscrever essa ideia não corresponde ao encerramento de um debate nem à impossibilidade de lhe produzir uma inflexão. O debate permanece aberto, está efervescente no Brasil de nossos dias e envolve não apenas antagonismos frontais e manifestos, mas, também, posições ao mesmo tempo relativamente divergentes e bastante próximas.² Estas últimas parecem se distinguir pela disposição distinta da lógica concessiva nas avaliações sobre Bolsonaro e os bolsonaristas: “Ainda que haja ‘malignidade’ no bolsonarismo, não se trata de fascismo, porque o fascismo foi um fenômeno histórico preciso” *versus* “Ainda que não se trate da repetição de um fenômeno histórico preciso, o bolsonarismo consiste num neofascismo brasileiro”.

Inscrevendo-se numa espécie de posição intermediária, Federico Finchelstein, também ele reconhecido como grande historiador do fascismo, sustenta que “Não estamos assistindo ao regresso do fascismo como este existiu antes. O passado nunca é o presente”, mas acrescenta o seguinte: “No entanto, as atuais manifestações de neofascismo e populismo têm importantes antecedentes históricos, e a passagem do fascismo para o populismo ao longo do tempo determinou o nosso presente” (2019, p. 13). Finchelstein concebe uma diferença e relações dinâmicas entre o fascismo e o populismo na passagem do primeiro ao segundo:

O populismo moderno nasceu do fascismo. Os primeiros regimes populistas modernos na América Latina do pós-guerra afastaram-se do fascismo, mas mantiveram importantes características antidemocráticas que não eram tão evidentes em movimentos pré-populistas e protopopulistas anteriores à Segunda Guerra Mundial. [...]

Uma nova modernidade populista surgiu com a derrota do fascismo. Depois da guerra, o populismo reformulou os legados do “anti-Iluminismo” para a era da Guerra Fria e pela primeira vez na história tornou-se completo; ou seja, alcançou o poder. Em 1945,

1 <https://www.bbc.com/portuguese/internacional/47686939>

2 No mesmo mês de fevereiro de 2020, a revista *Carta Capital* publicou dois textos nos quais se materializam estas duas posições distintas. Em “Não há ‘fascismo’ no Brasil, mas ‘malignidade’, diz sociólogo”, Antonio Cattani, professor da UFRGS, ressalta as especificidades do que ocorreu na Itália nas primeiras décadas do século XX, enquanto em “Os maus modos do neofascismo brasileiro”, Tales Ab’Saber, professor da UNIFESP, sustenta haver traços suficientes para chamarmos o que se reúne em torno do bolsonarismo de um neofascismo.

<https://www.cartacapital.com.br/sociedade/nao-ha-fascismo-mas-malignidade-no-brasil-diz-sociologo/> e <https://www.cartacapital.com.br/opinio/os-maus-modos-do-neofascismo-brasileiro/>.

o populismo já passara a representar uma continuação do fascismo, mas também uma rejeição de alguns de seus aspectos ditatoriais mais distintos. O fascismo propôs uma ordem totalitária violenta que conduziu a formas extremas de violência política e genocídio. Em contrapartida, e em consequência da derrota do fascismo, o populismo procurou reformar e adaptar o legado fascista a uma ordem democrática (2019, p. 15).

No polo da extrema-direita, a derrota do fascismo foi, ao mesmo tempo, sua continuação por outros meios. Nessa proposta de interpretação das relações entre o fascismo e o populismo, já vislumbramos o que Finchelstein considera ser uma sua semelhança e uma sua diferença fundamental. Ambos não transigem a participação livre e ativa das oposições políticas, mas fazem-no sem o emprego da violência no populismo e com o uso de acossamentos, de agressões e mesmo de extermínios no fascismo.

Para o populismo, a vontade singular da maioria não pode aceitar outros pontos de vista. Nesse aspecto, o populismo assemelha-se ao fascismo como uma reação a explicações liberais e socialistas do político. E assim como o fascismo, o populismo não reconhece um espaço político legítimo para uma oposição que o acusa de agir contra os desejos do povo e de ser tirânico, conspirativo e antidemocrático. Mas essa recusa em reconhecer a legitimidade da oposição normalmente não excede a lógica da demonização discursiva. Os opositores são transformados em inimigos públicos, mas, apenas retoricamente (Finchelstein 2019, p. 27).

A presença ou a falta de violência são, portanto, decisivas no estabelecimento de fronteiras e distinções entre o fascismo e o populismo. Nas circunstâncias em que as perseguições a críticos e adversários limitam-se ao plano do que é dito, encontraríamos-nos situados no último, enquanto nas ocasiões em que essas perseguições compreendessem o uso da força, estaríamos no primeiro. Além disso, de modo análogo à passagem do fascismo ao populismo, poderia ocorrer um movimento inverso: do populismo a um neofascismo: “Quando o populismo passa dessa inimizade retórica para práticas de identificação e perseguição dos inimigos, podemos estar falando da sua transformação em fascismo ou em outra forma de repressão ditatorial” (Finchelstein 2019, p. 27). Se, por um lado, o fascismo enaltece a ditadura, o populismo nunca o faria. O fascismo concebe, exalta e pratica formas cruas de violência política, enquanto o populismo tende a rejeitá-las.

Em que pesem a pertinência, a propriedade e a relevância da proposta de distinção entre o fascismo e o populismo elaborada por Finchelstein, cremos

ser possível e mesmo bastante produtivo acrescentar-lhe certos aportes dos estudos linguísticos e de obras dedicadas particularmente ao exame da linguagem fascista, com vistas a mais bem compreender algumas características fundamentais de discursos de Jair Bolsonaro. Aliás, o atual presidente do Brasil é concebido pelo próprio Finchelstein como um populista e um “fascista *wannabe*”, uma vez que se trata do líder político populista que mais se aproxima do fascismo na história. Isso porque Bolsonaro reativa em seu populismo características fascistas indelévelis: “a violência anunciada como fator de regeneração social, a segregação de grupos fragilizados, a mobilização exponencial das mentiras e o flerte com a ditadura” (2020, s. p.).

3. Das falas odiosas aos atos violentos: marcas da linguagem fascista

Em várias ocasiões do *Quixote*, de Cervantes, Sancho Pança e outros personagens reiteram esta máxima: “Entre o digo e o faço, medeia grande espaço”. Na mesma obra e no mesmo sentido, é repetida a expressão latina *Operibus credite et non verbis*. Ao comentar “o negócio de morrerem os enamorados”, Sancho ainda sustenta que “Bem o podem dizer; mas fazer, Judas que o creia” (1997, p. 506). Essas sentenças materializam a ideia de que há uma profunda, e, talvez, incontornável, diferença entre o que se diz e o que se faz. De certo modo, reencontramos essa ideia na distinção proposta por Finchelstein entre o populismo, no qual a violência destinada aos opositores é dita, mas não feita, e o fascismo, no qual a violência, além de ser dita, é, sobretudo e efetivamente, praticada contra os adversários.

Ao atribuir a Deus o grande poder de dizer e, ao mesmo tempo, fazer o que se diz, tal como no célebre *Fiat lux*, os seres humanos também se deram conta de que a divisão bem estabelecida entre o verbo e as obras nem sempre nem necessariamente se sustenta. Antes mesmo de chegarmos aos atos performativos de fala concebidos por John Austin, nos quais “dizer é fazer”, a Retórica antiga já indicava fortes laços e implicações fundamentais entre as coisas ditas, os modos de dizer, as crenças no que se diz e as ações e comportamentos que elas ensejam.

No *De l'oratore*, de Cícero, assim se enuncia o triplo objetivo do orador:

Depois que me instruo sobre a causa e que reconheço o gênero particular da questão, quando passo a pensar em como tratá-la, começo por determinar o mais precisamente possível o ponto em que devo situar cada parte do discurso que concerne propriamente

cada uma das questões e cada aspecto do debate. Em seguida, estudo duas coisas com a maior atenção: como inclinar os jurados a meu favor e a favor de meu cliente, e como emocionar suas almas para conduzi-los ao meu propósito. Assim, as regras da arte oratória se apoiam nessas três competências para obter a persuasão: provar a verdade do que se afirma, conquistar a benevolência dos ouvintes e lhes despertar todas as emoções que são úteis à nossa causa (2002, Livro II, cap. XXVI, 114, pp. 52-53).

Docere, delectare et movere: esse não é apenas um esquema argumentativo, mas também é uma das ordens mais canônicas das funções das partes do discurso. Entre os antigos retores, consagraram-se três formas distintas de dispor os argumentos: dos mais fortes aos mais fracos ou, ao inverso, dos mais fracos aos mais fortes ou ainda a chamada ordem homérica ou nestoriana, “segundo a qual cumpre começar e terminar com os argumentos mais fortes” (Perelman & Olbrechts-Tyteca 2005, p. 564). Há, porém, outras possibilidades de dispor os elementos dos três tipos de provas aventados por Aristóteles, quais sejam, o *logos*, o *ethos* e o *pathos* (2005, Livro I, cap. II, 1356a, p. 96), seguindo, respectivamente, suas propriedades de prova, de conciliação e de paixões. O próprio Cícero assim, inicialmente, os dispõe: agradar, instruir e emocionar. Contudo, mais adiante, ao tratar dessa disposição mais detalhadamente, altera essa ordem e a arranja nesta sequência: provar, conciliar e comover. Nesse sentido, conserva-se no *retor* latino a prevalência concedida por Aristóteles ao *logos*, à prova, que se estabelece com o raciocínio lógico, preferencialmente dedutivo, tal como no entimema, diante da conciliação a ser alcançada, principalmente, pelo *ethos*, e da comoção, que se constitui, sobretudo, com a mobilização do *pathos*.

Cícero trata, portanto, primeiramente, do *probare* lógico, para, em seguida, comentar o *conciliare* ético, e, finalmente, discorrer sobre o *mouere* patético. Ao considerar este último, a abordagem ciceroniana entende que a carga patética, em particular, não se limita somente a despertar as devidas paixões nos ouvintes, mas compreende ainda sua força para conservar ou alterar seus comportamentos e para conduzi-los a realizar determinadas ações. À eloquência que demonstra razoavelmente um argumento e à que constrói a imagem da retidão de caráter, dos bons costumes e da virtude do orador, é preciso articular aquela cujas “competências tocam e arrastam os corações”. Os ouvintes amam ou odeiam as causas e os acusados, inclinam-se à sua salvação ou à sua condenação, são acometidos pelo medo ou pela esperança, pela tristeza ou pela alegria, pela simpatia ou pela aversão: “em resumo, por todos os movimentos

suscitados por essas diversas paixões da alma humana” (Cícero 2002, Livro II, cap. XLIV, 185, p. 81). A escuta da fala pública compreende ouvintes que ouvem, raciocinam, se emocionam e são conduzidos a moverem-se numa ou noutra direção, a agir de uma ou de outra forma. Entre a fala de uns, a escuta de muitos outros e as decisões e ações de uma maioria, há relações fundamentais.

Podemos entender o *movere* dos retores e oradores antigos como o que *move*, porque é um dito *comovido*, dirigido a uma escuta *comovente*. A fala é capaz de suscitar ou reforçar ideias, crenças e valores, que, por sua vez, são forças motrizes das ações humanas. Das coisas ditas podem, então, surgir desde os feitos mais amáveis até os atos mais atrozes. As associações entre as palavras de ódio e as ações violentas foram bastante bem indicadas em duas obras dedicadas à linguagem fascista: *A linguagem do Terceiro Reich*, de Victor Klemperer, e *Introdução às linguagens totalitárias*, de Jean-Pierre Faye.

Além de apontar as principais características da linguagem do Terceiro Reich (*LTI*: linguagem do Terceiro Império) e os mais fundamentais traços oratórios de Hitler e de outros líderes nazistas, Klemperer afirma que “O nazismo se embrenhou na carne e no sangue das massas por meio de palavras, expressões e frases impostas pela repetição, milhares de vezes, e aceitas inconsciente e mecanicamente” (2009, p. 55). Os usos da *LTI* faziam “do indivíduo peça de um rebanho conduzido com determinada direção, sem vontade e sem ideias próprias, tornando-o um átomo de uma enorme pedra rolante” (2009, p. 66). Com base na eleição de um inimigo comum, a linguagem fascista incita o ódio que lhe é dirigido e dá comandos para sua perseguição e para seu extermínio. Com vistas a promover sua maior eficácia, a *LTI* aprecia o imediatismo das ações e menospreza o pensamento crítico. Assim, as ordens são mais bem e mais rapidamente executadas:

O nacional-socialismo não quis despessoalizar nem reificar os seres humanos que reconhecia como germanos. Mas, um Führer, um comandante, necessita de comandados em cuja obediência possa confiar incondicionalmente. Atente-se para quantas vezes a palavra *blindlings* [cegamente] aparece nas declarações de fidelidade, nos telegramas e nos anúncios de homenagens e de participação nos doze anos do nacional-socialismo. Para executar uma ordem cegamente, não devo pensar sobre ela. O ato de pensar pode ensejar uma demora, um escrúpulo ou até mesmo estimular o senso crítico, levando à recusa à obediência. A essência da educação militar consiste em automatizar movimentos e atividades, de modo que o soldado e o grupo obedeçam à ordem superior sem passar por considerações de foro íntimo, independentemente de qualquer impulso

instintivo, como se fossem máquinas que se põem em movimento quando acionadas por botões (Klemperer 2009, pp. 241-242).

Para produzir ações e efeitos, a linguagem fascista não precisa dizer a verdade. Conforme sabemos, os Estados totalitários detinham um monopólio discursivo. O aparelho de propaganda nazista e fascista compreendia um vasto arsenal para difundir tanto uma espécie de núcleo de suas doutrinas quanto especificidades com as quais buscavam seduzir classes, frações de classe, grupos e categorias sociais específicas. Além de panfletos, jornais e revistas, e dos pronunciamentos de seus líderes e porta-vozes, os regimes totalitários contavam ainda com a novidade e a enorme força dos novos *media* de então: o rádio e o cinema. Os efeitos de real que tudo isso combinado podia construir são quase inimagináveis para nós e para nossos dias. Com esse arsenal propagandístico, fascistas e nazistas difundiam suas mensagens, segmentando-as de acordo com conjuntos de crenças e valores das diversas classes e grupos sociais e, ao mesmo tempo, subsumindo suas especificidades e as lutas entre eles nos genéricos e frequentes uso de *povo* e de *nação*. Isso tudo circulava num contexto de crise econômica e amplo desemprego.

Nesse cenário, a divulgação de narrativas falsas e fantasiosas contava com um ou outro aspecto verídico, com um ou outro fundamento factual ou ainda com alguma verossimilhança que fazia com que tudo o que nelas fosse narrado pudesse ser considerado verdadeiro. Uma dessas narrativas é a que prega a degeneração e o caos jamais vistos em que supostamente viveria a sociedade. A crença nessa narrativa suscitava o desejo e a necessidade de um líder carismático e autoritário. Há ainda outro fator fundamental para a veiculação das mentiras fascistas e nazistas. Trata-se da conjunção entre as coisas ditas e as maneiras de dizê-las. Para afirmarem-se como líderes carismáticos e autoritários, apresentando-se ao mesmo tempo como seres de qualidades extraordinárias e como pessoas comuns, muitas lideranças nazistas empregavam a chamada ‘ducha escocesa’, ou seja, um estilo de linguagem que conjuga a frieza da pompa e da erudição com o calor das expressões populares e mesmo popularescas. Assim, “o sentimento do ouvinte nunca está em repouso, é constantemente jogado de um lado para outro, de modo que o espírito crítico não tem tempo de se recompor” (Klemperer 2009, pp. 384-385).

Ao comentar o surgimento da Polícia Secreta do Estado, a *Geheime Staats-Polizei*, cuja sigla se tornou *Ge.Sta.Po.*, Jean-Pierre Faye afirma que a linguagem havia então forjado “uma instituição singularmente capaz de ação”. Assim,

o atalho do enunciado ao ato havia sido pronunciado e uma língua de extermínio havia ultrapassado completamente sua mera ação de linguagem (2009, pp. XVII-XVIII). Também o episódio da chamada ‘Noite dos longos punhais’ ilustra bastante bem o vínculo entre a linguagem fascista e as ações do terror. Se os discursos precedentes produziram aquele expurgo dos chefes da SA, em benefício da SS e da GESTAPO, os discursos posteriores ao evento também o construíram, na medida em que recolheram “os relatos que, antecipadamente, desenharam as polaridades de sentido e de ação, o campo de possibilidades, ao mesmo tempo que sua aceitabilidade” (Faye 2009, p. XXIV). O que se conta e as maneiras de contar estão ligados ao aumento progressivo na aceitação dos discursos e das ações nazistas. Há, portanto, um estatuto poderoso e perigoso do relato: “ele é essa forma simples, sem peso, nem materialidade, da narração – porém, é ao mesmo tempo o que narra: o próprio real, em sua materialidade. [...] Existe na história, um efeito de produção de ação pelo relato” (Faye 2009, pp. 6-9).

A linguagem fascista fala para justificar e fomentar o aniquilamento do adversário, transformado em inimigo. Com efeito, os perigos do fascismo estão além da linguagem. Agressões e extermínios ultrapassam as ações linguísticas. Mas as versões fascistas da história promovem um aumento progressivo no consentimento e na difusão de discursos de ódio e de atos violentos, tanto pelo que contam quanto pelas maneiras de contar suas narrativas. As ideologias políticas fascistas colocam em sua origem uma narração, em nome da qual seus adeptos se insurgem contra verdades factuais: “é uma narração que não é verdadeira, mas se faz terrivelmente ativa” (Faye 2009, p. 18). Noutros termos, não se deve subestimar o poder destrutivo da palavra: ele pode aumentar a aceitação de discursos inaceitáveis e concorrer para forjar as mais bárbaras e terríveis ações humanas. Na valiosa interpretação histórica que Finchelstein faz das relações entre o fascismo e o populismo, a devida consideração desse poder ativo da linguagem lhe faz falta e produz um ponto cego no exame da passagem da agressiva retórica populista para as violentas ações fascistas.

Em suma, há diferentes formas de se conceber e de afirmar as relações entre as coisas ditas, os modos de dizer, seus efeitos e as ações que mais ou menos direta ou indiretamente eles projetam e concorrem para executar. Desde o *movere* dos retores e oradores antigos, passando pelo ato performativo da Filosofia analítica e pela LTI, com o comando dos líderes nazistas e o cumprimento quase sempre imediato de suas ordens, sob a forma das mais horrendas ações humanas, até a produção da ação pelo relato e anuência crescente de falas e

feitos inaceitáveis, percorremos um variado caminho pelo qual assistimos a distintas afirmações dos laços entre a linguagem, os comportamentos e os atos humanos. A consideração de tais laços é decisiva para a análise e para a compreensão do grande e nocivo poder da linguagem com traços fascistas.

4. A retórica de Bolsonaro: uma conjunção entre as linguagens populista e fascista

Abaixo da mediocridade. Não se poderia classificar de outro modo o desempenho de Bolsonaro como deputado federal ao longo de quase três décadas. Essa sua irrisória atuação é bastante conhecida³ e contrasta com toda a visibilidade que ele conseguiu adquirir, sobretudo em seus dois últimos mandatos, tanto com suas defesas dos militares e da ditadura de 1964, de posições cada vez mais extremistas na área de segurança pública e de pautas pró moral e bons costumes, quanto com seus ataques a programas sociais e políticas afirmativas, a ideologias igualitárias e aos direitos humanos. Se as coisas ditas nessas defesas e nesses ataques foram necessárias para a projeção alcançada por Bolsonaro, elas não seriam suficientes para alçá-lo além de sua irrelevante atuação no Congresso. Para tanto, foram fundamentais suas maneiras de dizer, a ampla difusão midiática do que disse, a falta de devidas punições às suas quebras de decoro, o reforço de um relativo consenso conservador e a constituição de uma espiral de silêncio nos setores progressistas.

Bolsonaro deixa a condição de político insignificante e se torna porta-voz do pensamento reacionário no Brasil graças ao substrato autoritário nas ações e no imaginário brasileiro, à nossa história de atraso na redução de injustiças e desigualdades sociais e à sua conformidade com a lógica do espetáculo que vigora em nossa mídia. As declarações ofensivas e os pronunciamentos agressivos ganharam cada vez mais repercussão e popularidade, porque se encaixam em consensos compartilhados por boa parte da população, para cuja formação a grande mídia diversionista contribui decisivamente, e porque causam controvérsias e dão grande audiência aos veículos que lhes abrem espaço. Depois de uma atuação relativamente discreta em sua estreia no cenário político em Brasília, já no segundo mandato como deputado, Bolsonaro ficou mais à von-

3 Conforme se pode verificar na síntese de sua biografia e de sua atuação como deputado divulgada pela Câmara Federal: <https://www.camara.leg.br/deputados/74847/biografia>; e conforme ainda várias reportagens da imprensa. Entre estas últimas, ver, por exemplo, a seguinte: https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/06/150617_salasocial_bolsonaro_primeiraemenda_rs.

tade para fazer suas declarações agressivas, com as quais conseguia mais espaço na mídia e revelava seu desprezo pela democracia e pelos direitos humanos. Quando do massacre do Carandiru, em 02 de outubro de 1992, em que 111 detentos foram mortos pela Polícia Militar, “Bolsonaro vociferou: ‘Morreram poucos. A PM tinha que ter matado mil!’” (Saint-Clair 2018, p. 70). No ano seguinte, ele ainda diria publicamente, fora e dentro da própria Câmara, que era favorável ao fechamento do Congresso. A atitude abertamente antidemocrática não lhe rendeu mais do que uma mera advertência.

Antes de alcançar a celebridade política, Bolsonaro já empregava uma linguagem eivada de traços fascistas. Contando com os efeitos positivos que causaria ao menos junto a um considerável contingente que girava em torno de 15% da população brasileira⁴, quando já estava em seu terceiro mandato, o então deputado federal pelo Partido Progressista Brasileiro aproveitava-se de qualquer oportunidade em que pudesse alastrar seus radicalismos e construir a imagem de um homem autêntico, que falaria o que pensa e que o faria sem papas na língua, de maneira crua e vulgar. É o que ocorreu na entrevista que Bolsonaro concedeu ao programa ‘Câmara Aberta’, da *TV Bandeirantes*, no dia 23 de maio de 1999. Eis abaixo somente três pequenos trechos dessa entrevista:

Entrevistador: Você não acha que a CPI tem esse papel? E às vezes até confunde o papel da CPI quando vai alguém depor no Congresso Nacional?

Bolsonaro: É o seguinte xará: tapa na mesa, querer ir pra porrada, não é o caso. Dá porrada no Chico Lopes... Eu até sou favorável que na CPI no caso do Chico Lopes que tivesse pau de arara lá. Ele merecia isso, pau de arara. Funciona. Eu sou favorável à tortura, tu sabe disso. E o povo é favorável a isso também.

Entrevistador: Se você fosse hoje o presidente da República, você fecharia o Congresso Nacional?

Bolsonaro: Não há a menor dúvida. Daria um golpe no mesmo dia, no mesmo dia. Não funciona. E tenho certeza que pelo menos 90% da população ia fazer festa e bater palma. Porque não funciona. Pra quê? O Congresso hoje em dia não serve pra nada, xará. Só vota o que o presidente quer. Se ele é a pessoa que decide, que manda, que tripudia em cima do Congresso, que dê logo o golpe, pô! Parte logo pra ditadura. Agora, não vai

4 Em pesquisas realizadas pelo *DataFolha* nos anos de 2006 e 2010, os dados indicam que 16% dos entrevistados na primeira e 14% na segunda identificam-se como alguém que se posiciona na extrema-direita do espectro político. <http://datafolha.folha.uol.com.br/opiniaopublica/2010/05/1223488-brasileiros-se-colocam-mais-a-direita.shtml>.

falar em ditadura militar aqui. Só desapareceram 282, a maioria marginais, assaltantes de bancos, sequestradores.

Entrevistador: O senhor tem esperança, o senhor tem futuro? O senhor imagina, o senhor vê o Brasil num lugar melhor? O senhor acredita neste país? De que maneira o senhor enxerga o Brasil de todos nós?

Bolsonaro: Só com crise, né? Não é com crise que cresce, essa palhaçada que a gente vê na imprensa por aí, que é propaganda paga do governo, o dinheiro de você contribuinte. Só com uma crise seríssima. Me desculpa, né, mas, através do voto, você não vai mudar nada nesse país. Nada! Absolutamente nada! Só vai mudar, infelizmente, no dia em que nós partirmos para uma guerra civil aqui dentro. E fazendo o trabalho que o regime militar não fez, matando uns 30 mil. Começando com o FHC. Não vamos deixar ele pra fora, não. Matando. Se vai morrer alguns inocentes, tudo bem. Em tudo o quanto é guerra, morre inocente. Eu até fico feliz, se eu morrer, mas desde que vá outros 30 mil, outros junto comigo, né?⁵

No plano de seu conteúdo, tudo é bastante explícito. Bolsonaro é partidário e mesmo entusiasta da violência física e da morte de adversários, ao mesmo tempo em que nutre um enorme desprezo pela vida humana. Desrespeita e afronta as instituições do regime democrático e mostra-se aficcionado pela ditadura militar. Além disso, sua fala produz o efeito de incitação a uma guerra civil e apresenta a condenação à morte de 30 mil pessoas como condição necessária para uma mudança no país. Finalmente, destaca-se em mais de uma passagem a construção de sua qualidade de intérprete privilegiado e porta-voz do povo: “E o povo é favorável a isso também”; “pelo menos 90% da população ia fazer festa e bater palma”. Ocupando essa posição de representante do povo, Bolsonaro busca instaurar um sentimento de identidade e de pertença a um grupo, com base na reprodução de clichês que circulam no senso-comum: “O povo é favorável à tortura, porque bandido deve ser punido pra tomar vergonha na cara”; “O povo é favorável ao fechamento do Congresso, porque sabe que político é tudo corrupto”.

Os efeitos de pertença ao grupo e de sua consolidação tornam-se bem mais presentes à medida que o plano do conteúdo é estendido e reforçado pelo da expressão. A direção do olhar de Bolsonaro que oscila fluentemente entre o entrevistador e a objetiva da câmera, como se se dirigisse não apenas ao inter-

5 Essa entrevista de Bolsonaro pode ser vista na íntegra em: <https://www.youtube.com/watch?v=qIDyw9QKIvw&t=118s>. Essa e outras falas de Bolsonaro foram analisadas em Piovezani e Gentile (2020).

locutor direto, mas também ao telespectador, o balanço relativamente constante de sua cabeça e a aparente naturalidade dos gestos de seus braços e de suas mãos dão a impressão de que o deputado está numa conversa cotidiana, que lhe permite falar francamente de temas dos quais fugiria a maioria de seus colegas congressistas. Já seus meios de expressão verbal são fundamentais para a constituição do que se apresenta como uma fala espontânea, sincera e autêntica. Para produzir esses efeitos, Bolsonaro emprega uma linguagem simples, clara, direta e figurada. Uma ocorrência típica dessa linguagem é a seguinte: “E tenho certeza que pelo menos 90% da população ia fazer festa e bater palma”. Isso porque, no lugar dessa formulação, o deputado poderia ter dito, entre outras tantas possibilidades: “E estou certo de que pelo menos 90% da população apoiaria a medida com entusiasmo”. Certos elementos prosódicos de sua fala contribuem para tornar seu modo de dizer ainda mais autêntico e verdadeiro. A efetiva pronúncia dessa mesma frase dita por Bolsonaro se aproxima desta transcrição: “I tenhu certeza qui pelo menus 90% da população ia fazê festa i batê palma”. Em sua fala, há tanto certa distensão e espontaneidade, como se Bolsonaro experimentasse a tranquilidade de quem sabe que diz a verdade, quanto tensão e virulência, como se sentisse a revolta de quem sabe que a política é um antro de maldades. A despeito de sua pertença ao campo há décadas, Bolsonaro não se identifica com ele, o denuncia e prega a morte de boa parte de seus integrantes, sobretudo, de seus oponentes políticos.

Dezessete anos mais tarde, o deputado federal Eduardo Cunha, então presidente da Câmara, aceitava dar encaminhamento à denúncia de crime de responsabilidade contra a presidenta Dilma Rousseff. O relatório da comissão especial que avaliou a denúncia foi favorável ao seguimento do trâmite do processo de impeachment. No dia 17 de abril de 2016, o plenário do Congresso votava favorável ou contrariamente à posição do relatório, ou seja, ao afastamento ou à manutenção de Dilma na presidência da República. A sequência dos votos foi, ao mesmo tempo, tediosa, repugnante e comicamente trágica, e compreendeu votos em nome de Deus e da família, em nome dos eleitores do Estado do parlamentar e do futuro dos filhos. Havia certa expectativa de que Bolsonaro suspendesse o tédio com seu voto. Infelizmente, ele não a decepcionou.

Conjuntamente com o que havia de anedótico e detestável naquela sequência de votos, a abjeta intervenção de Bolsonaro tornou-se uma espécie de emblema do golpe jurídico e parlamentar sofrido por Dilma. Mais do que quebrar aquele encadeamento modorrento, ele provocaria choque e indigna-

ção entre os democratas e identificação e entusiasmo entre os partidários da extrema-direita violenta. É verdade que, outrora, ainda praticamente anônimo no cenário nacional, quando o Brasil dava sinais de começar a consolidar sua democracia, ele falava abertamente que gostaria de fechar o Congresso e de participar de uma guerra civil que mataria “30 mil”, mesmo que morressem inocentes, conforme acabamos de ver. Mas agora, num contexto de contestação de instituições democráticas e com uma inédita relevância política, seu voto era esperado com certa ansiedade, estava investido de importância e nos estareceria:

Nesse dia de glória para o povo brasileiro, tem um nome que entrará para a história nessa data pela forma como conduziu os trabalhos nessa Casa. Parabéns, presidente Eduardo Cunha! Perderam em 1964. Perderam agora em 2016. Pela família e pela inocência das crianças em sala de aula, que o PT nunca teve. Contra o comunismo. Pela nossa liberdade. Contra o Foro de São Paulo. Pela memória do coronel Carlos Alberto Brilhante Ustra, o pavor de Dilma Rousseff. Pelo Exército de Caxias, pelas nossas Forças Armadas. Por um Brasil acima de tudo e por Deus acima de todos, o meu voto é sim!

O voto de cada deputado poderia se limitar a dizer “sim” ou “não”. Bolsonaro usou 103 palavras em sua intervenção. Num misto de cinismo e bajulação, ele começa sua fala com um sorriso estampado no rosto e com um gesto que aponta para a mesa da presidência da Câmara, onde está Eduardo Cunha. O abalo na democracia é chamado de glória e as elites conservadoras e seus adeptos das classes médias e populares de “o povo brasileiro”. Bolsonaro reiteradamente confere o que vai dizer numa anotação que está em sua mão esquerda. Não é, pois, um voto espontâneo. Cada uma de suas frases é pronunciada com uma cadência relativamente lenta, e elas são sucedidas de pausas mais ou menos longas que lhes dão ainda mais destaque. Ao cinismo, à bajulação e à encenação se somam o revanchismo e as alucinações políticas. Tudo se passa como se a família e a inocência das crianças tivessem sido ameaçadas pelo PT, como se houvesse algum comunismo no Brasil e algum risco à liberdade, e como se existisse o famigerado Foro de São Paulo.

A tudo isso se junta um puro exemplar do sadismo, sob a forma de uma conexão histórica entre o passado, o presente e o futuro: a vitória do horror em 1964, a que começava a se consumir naquele 17 de abril de 2016 e a que poderia vir na esteira dessas duas. O sadismo de Bolsonaro é ainda mais estarecedor, porque ele concentra o terrível contraste entre o sorriso com que ini-

cia seu voto e a alegria revanchista com que fala dessas vitórias, de um lado, e as dilacerantes dores físicas e os irreversíveis traumas psíquicos sofridos por quem passou por sessões de tortura, de outro. Ao dedicar seu voto à memória de um dos maiores torturados da ditadura brasileira entre 1964 e 1985, Bolsonaro pronuncia seu nome quase aos gritos e sílaba por sílaba, como se a altura excessiva e a extensão duradoura de sua pronúncia revivessem, aumentassem e distendessem o prazer de quem faz sofrer e a dor e a angústia de quem sofre. Como se a dose de crueldade já não houvesse extrapolado limites democráticos e humanitários, Bolsonaro ainda lhe expande e precisa com um aposto que sucede o nome do torturador: “o pavor de Dilma Rousseff”⁶.

As penas leves, as absolvições e a projeção midiática permitiram que o deputado do PSC pudesse cometer essa atrocidade verbal e institucional em pleno Congresso Nacional. Como nos ensinou a interface entre a psicanálise e a história, de modo análogo ao que ocorre com os indivíduos, a experiência de traumas históricos e sociais, quando recalcada e não elaborada, produz o retorno de suas causas e sintomas. A opressão e os massacres perpetrados manifestamente contra negros e indígenas durante quatro séculos não foram elaborados com reparação histórica e se perpetuam até nossos dias por meios mais ou menos velados, mas sem dúvida muito conhecidos. Em outra escala, a ditadura, em plena segunda metade do século XX, perseguiu, torturou e matou adversários reais e imaginários, sem mais tarde sofrer sanções por tudo isso. A repetição histórica das impunidades e sua reiteração pessoal na trajetória de Bolsonaro lhe deram respaldo para proferir seu voto naqueles deploráveis e abjetos termos, fazendo “reviver a própria tortura, num exercício de sadismo de que pouca gente é capaz”⁷.

Já nas eleições presidenciais de 2018, mais precisamente a sete dias do segundo turno daquele pleito, Bolsonaro fez um discurso dirigido a apoiadores reunidos na Avenida Paulista, em São Paulo, numa modalidade possivelmente inédita. Sua voz chega até seus partidários via telefone e sua imagem é reproduzida num telão. A despeito da distância, candidato e eleitores estão

6 “Brilhante Ustra não foi um patife qualquer. Teve papel de destaque no ‘trabalho’ que, segundo o lamento de Bolsonaro, a ditadura não terminou. O DOI-Codi que Ustra comandou entre 1970 e 1974 foi chamado de ‘casa dos horrores’ na sentença histórica, proferida em 2008, em que o juiz Gustavo Santini Teodoro condenou o coronel. Ustra foi o único oficial militar condenado civilmente pela Justiça brasileira pelo crime de tortura. Isso porque a Lei da Anistia, de 1979, serviu como escudo legal para impedir que os torturadores fossem levados penalmente ao banco dos réus” (Barros e Silva 2020, p. 29).

7 Barros e Silva (2020, p. 29).

em alta sintonia, interagem e estimulam-se mutuamente. Além dessa difusão, o pronunciamento estava já destinado a circular por outros meios, porque foi gravado em vídeo. O cenário em que ele se processou apresentava este layout e provocava entre os não partidários esta reação:

Para quem convalescia de uma facada, Bolsonaro aparece em cena bastante disposto e corado, sorridente na maior parte do tempo. Postado em pé no quintal dos fundos de casa, veste uma camiseta verde e tem atrás de si, como paisagem, algumas peças de roupa e lençóis brancos pendurados no varal. Tudo é muito descontraído, casual, calculadamente mambembe. Revendo o vídeo, tive a impressão de que Bolsonaro lia o que falava de forma pausada, interagindo com a excitação da massa. Foi um discurso atroz (Barros e Silva 2020, p. 29).

Eis aqui algumas passagens dessa sua fala:

Nós somos a maioria. Nós somos o Brasil de verdade. Junto com esse povo brasileiro, construiremos uma nova nação. Não tem preço as imagens que vejo agora da Paulista e de todo o meu querido Brasil. Perderam ontem, perderam em 2016 e vão perder a semana que vem de novo. Só que a faxina agora será muito mais ampla. Essa turma, se quiser ficar aqui, vai ter que se colocar sob a lei de todos nós. Ou vão pra fora ou vão para a cadeia. Esses marginais vermelhos serão banidos de nossa pátria. Essa pátria é nossa. Não é desse gangue que tem uma bandeira vermelha e tem a cabeça lavada.

Aqui não terá mais lugar para a corrupção. E seu Lula da Silva, se você estava esperando o Haddad ser presidente para soltar o decreto de indulto, eu vou te dizer uma coisa: você vai apodrecer na cadeia. E brevemente você terá Lindbergh Farias para jogar dominó no xadrez. Aguarde, o Haddad vai chegar aí também. Mas não será para visitá-lo, não, será para ficar alguns anos ao teu lado.

Já que vocês se amam tanto, vocês vão apodrecer na cadeia, porque lugar de bandido que rouba o povo é atrás das grades.

Petralhada, vai tudo vocês para a ponta da praia. Vocês não terão mais vez em nossa pátria, porque eu vou cortar todas as mordomias de vocês. Vocês não terão mais ONGs para saciar a fome de mortadela de vocês. Será uma limpeza nunca vista na história do Brasil. Vagabundos. Vai ter que trabalhar. Vai deixar de fazer demagogia junto ao povo brasileiro.

Vocês verão as instituições sendo reconhecidas. Vocês verão umas Forças Armadas altivas, que estará [sic] colaborando com o futuro do Brasil. Vocês, petralhada, verão uma Polícia Civil e Militar com retaguarda jurídica para fazer valer a lei no lombo de vocês.

Bandidos do MST, bandidos do MTST, as ações de vocês serão tipificadas como terrorismo. Vocês não levarão mais o terror ao campo ou às cidades. Ou vocês se enquadram e se submetem às leis ou vão fazer companhia ao cachaceiro lá em Curitiba.

Amigos de todo Brasil, esse momento não tem preço. Juntos, eu disse juntos, nós faremos um Brasil diferente.

Meu muito obrigado a todos do Brasil que confiaram seu voto em mim por ocasião do primeiro turno. Ainda não ganhamos as eleições. Mas esse grito em nossa garganta será posto pra fora no próximo dia 28.

Nós ganharemos essa guerra. Vamos juntos trabalhar pra que, no próximo domingo, aquele grito que está em nossa garganta, que simboliza tudo o que nós somos, seja posto pra fora: Brasil acima de tudo, e Deus acima de todos! Valeu! Um abraço, meu Brasil!⁸

Uma narrativa alicerça essa e praticamente todas as falas de Bolsonaro e dos bolsonaristas: numa origem idílica, tudo eram flores em nosso reino, até que, com o correr dos tempos, os inimigos ali se infiltraram e produziram uma decadência ética, um declínio moral e uma degeneração sexual. A pureza que conhecíamos fora maculada e precisaria ser reintegrada por meio de uma ‘limpeza’ que nos livrasse dessa nódoa perigosa e crescente. Há aí uma polarização simplista entre os amigos da pureza (“nós”, “nossa pátria”, “Amigos”) e os inimigos que espalham a sujeira (“marginais vermelhos”, “gangue que tem a bandeira vermelha”, “Vagabundos”, “bandidos”, “petralhada”). Essa polarização impõe uma ‘guerra’, em que é preciso eliminar os oponentes: “esses marginais vermelhos serão banidos de nossa pátria”.⁹

Para que não haja dúvida, Bolsonaro diz quem são esses inimigos, o que os caracteriza e o que eles fazem. Seu pronunciamento pode ser resumido a uma perseguição obsessiva dos adversários, porque ele se dedica muito mais a apontá-los, a detratá-los e a ameaçá-los do que a agradecer a seus apoiadores e a lhes pedir que continuem em campanha até o final das eleições. Não há uma única proposta de política pública. Mas abundam as variações da violência e do banimento que recairão sobre os adversários: “a faxina”; “vão pra fora ou vão para a cadeia”; “serão banidos”; “apodrecer na cadeia”; “vai tudo vocês para

8 A íntegra do discurso de Bolsonaro pode ser assistida em: <https://www.youtube.com/watch?v=7vxX3nQccTU>.

9 João Cezar de Castro Rocha sustenta a hipótese de que a eliminação do inimigo presente nos discursos bolsonaristas vem da “Doutrina de Segurança Nacional” (DSN), formulada pela Escola Superior de Guerra e pelo regime de 1964: “A guerra cultural bolsonarista realiza, de um lado, uma tradução inesperada, de consequências potencialmente funestas, da Doutrina de Segurança Nacional que foi desenvolvida durante a ditadura. Mas, mesmo antes, pela Escola Superior de Guerra. Na DSN, uma vez identificado o inimigo não há dúvida: é necessário eliminá-lo” (Castro Rocha 2020, s. p.).

a ponta da praia”; “uma limpeza nunca vista na história do Brasil”, “a lei no lombo de vocês”.

Não há dúvidas de que em tudo o que é dito transpira ódio e exala fascismo. “A ‘ponta da praia’, talvez nem todos saibam, era o nome dado pela ditadura a um local de desova de cadáveres no Rio de Janeiro. Bolsonaro fala como torturador, não como candidato à Presidência” (Barros e Silva 2020, p. 29). Isso não significa que a intervenção não compreenda variações. Em seu início e em seu final, há espaço para o reforço da identificação de grupo, para a consolidação de um efeito de pertença à “maioria”, ao “Brasil de verdade”, e ainda para certo entusiasmo, mesmo que também ele contaminado por intensa animosidade. Mas a carga patética raivosa mais ou menos bem distribuída por todo o corpo central do discurso concentra-se no ponto a partir do qual ocorre a simulação de uma mudança de interlocutor.

De seu exórdio até certa passagem de seu pronunciamento, Bolsonaro dirigia-se diretamente aos seus partidários quando, então, simula passar a falar com o principal líder dos inimigos: Lula. A mudança acontece neste trecho: “E seu Lula da Silva, se você estava esperando o Haddad ser presidente para soltar o decreto de indulto, eu vou te dizer uma coisa: você vai apodrecer na cadeia”. É justamente em meio a essa modificação de interlocutor que o candidato do PSL mais projeta um discurso de ódio, tanto no que diz quanto nas maneiras de dizer, porque é sempre vociferando que ele faz ameaças de violência física e até de extermínio de adversários políticos.

Além disso, a impressão de fazer de Lula, Lindbergh Farias, Haddad, Petralhada, Bandidos do MST e do MTST seus interlocutores diretos produz um efeito de coragem. Bolsonaro investe-se de bravura e simula falar de modo franco e autêntico, aguerrido e sem rodeios aos seus piores e mais poderosos adversários. O candidato do PSL aparenta ser alguém que não tem medo de dizer o que pensa negativamente sobre alguém e supostamente o faz de modo direto para a pessoa concernida e com toda franqueza e valentia de um soldado, que encara e enfrenta o inimigo numa guerra, sem temer os riscos que corre. Em razão de um sólido amálgama entre posição política e postura estética, a agressividade de Bolsonaro promove a adesão de boa parte do eleitorado e catalisa os discursos de ódio e de completo desrespeito pelos mais básicos direitos humanos. Entre outras declarações de seus eleitores que vão nesta mesma direção, eis estes dois emblemas do ódio condensado:

Jair Bolsonaro vai descer a borracha nesses vagabundos aí (eleitor de Minas Gerais, classe B, 28 anos).

Pra ele, se tem que matar, mata. Por isso, o povo está atrás dele (eleitor de Pernambuco, classe D, 39 anos).¹⁰

A agressividade de Bolsonaro, ao indicar os inimigos políticos e ao falar de aumento da corrupção e da violência, e a intransigência com que trataria dos problemas da administração e da segurança pública geram crença e adesão de boa parte do eleitorado e fomentam a reprodução de discursos da violência entre seus próprios eleitores. Diante da crescente sensação de que estaríamos no ápice de uma crise generalizada, concomitante com o que era apresentado como a existência de uma selvageria urbana, os partidários de Bolsonaro não aderiam a um projeto bem definido para essa área nem a uma experiência comprovada para conceber e propor soluções a seus problemas. Em seus pronunciamentos, o candidato do PSL não expunha nem sequer um razoável plano de política pública aos eleitores.

Ao longo de sua breve carreira militar e de sua longa trajetória política, Bolsonaro já falou para se descomprometer, para detratar e tentar eliminar adversários tornados inimigos e criminosos, para incitar a violência ao outro, para calá-lo simbólica e fisicamente. Suas falas fomentam direta e indiretamente a violência. Desde sua ascensão do baixo clero político, as já muito agressivas, mas ainda, digamos, institucionais, falas de Bolsonaro promoveram um grande aumento da violência verbal entre apoiadores. Nesse sentido, houve uma chocante ampliação do número de *sites* neonazistas durante seu atual governo de extrema direita.¹¹ Além dessa expansão da violência verbal, assistimos atônitos e indignados ao crescimento de atos de violência propriamente ditos: repórteres e profissionais da saúde foram agredidos, policiais foram filmados atacando e torturando jovens negros e pobres. Entre outras atrocidades sanitárias, políticas e policiais, no dia 06 de maio deste ano de 2021, ocorreu uma chacina na favela do Jacarezinho, em que vinte e nove pessoas foram mortas pela polícia civil. Ante esse recrudescimento dos abusos e da brutalidade, o Ministério da Família, da Mulher e dos Direitos Humanos

10 Moura e Corbellini (2019, p. 77).

11 Alessi, G., & Hofmeister, N. (2020). Sites neonazistas crescem no Brasil espelhados no discurso de Bolsonaro, aponta ONG. Jornal *El país*, 09 de junho de 2020. <https://brasil.elpais.com/brasil/2020-06-10/sites-neonazistas-crescem-no-brasil-espelhados-no-discurso-de-bolsonaro-aponta-ong.html>

do governo Bolsonaro excluiu os casos de violência policial do relatório anual sobre violações de direitos humanos.

Um enorme passo civilizatório foi dado quando os seres humanos passaram a enfrentar boa parte de seus desentendimentos pelo uso da palavra, em detrimento dos confrontos físicos. A emergência e a consolidação da linguagem fascista já desvirtuaram e voltam a ameaçar essa extraordinária conquista. Fascistas de ontem e neofascistas de nossos tempos não usam a linguagem para abrir diálogos e debates, mas para transformar críticos e adversários em inimigos a serem eliminados. Por isso, identificar, compreender, denunciar e combater essa linguagem é tarefa necessária e mais do que urgente.

Financiamento: Os resultados expostos neste capítulo resultam indiretamente de pesquisa financiada pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).

Referências

- Aristóteles (2005). *Retórica*. Lisboa: Imprensa Nacional/Casa da Moeda.
- Barros e Silva, F. de. (2020). *Dentro do pesadelo. O governo Bolsonaro e a calamidade brasileira*. *Revista Piauí*, 164, 26-31.
- Barthes, R. (2000). *Aula*. São Paulo: Cultrix.
- Castro Rocha, J. C. de. (2020, março 08). “O verbo dominante nos vídeos dos intelectuais bolsonaristas é eliminar. E o substantivo é limpeza”. Entrevista concedida a Augusto Diniz. *Jornal Opção*. Consultado em: <https://www.jornalopcao.com.br/entrevistas/o-verbo-dominante-nos-vidEOS-dos-intelectuais-bolsonaristas-e-eliminar-e-o-substantivo-e-limpeza-239580/>
- Cervantes, M. de. (1997). *O engenhoso fidalgo Dom Quixote de La Mancha* (2 vol.). Belo Horizonte: Itatiaia.
- Cícero. (2002). *De l'orateur*. Paris: Les Belles Lettres.
- Faye, J.-P. (2009). *Introdução às linguagens totalitárias*. São Paulo: Perspectiva.
- Finchelstein, F. (2019). *Do fascismo ao populismo na história*. São Paulo: Almedina.
- Finchelstein, F. (2020 julho 20). Bolsonaro é o populista que mais se aproximou do fascismo na história. Entrevista concedida ao The Intercept Brasil. *The Intercept Brasil*. Consultado em: <https://theintercept.com/2020/07/07/bolsonaro-populista-fascismo-entrevista-federico-finchelstein/>
- Gentile, E. (2019 março 24). Cem anos de Fascismo. Entrevista concedida à BBC. *BBC*. Consultado em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-47686939>

- Górgias. (2005) Elogio de Helena. In: B. Cassin. *O efeito sofístico* (pp. 293-301). São Paulo: Editora 34.
- Klemperer, V. (2009). *LTI. A linguagem do Terceiro Reich*. Rio de Janeiro: Contraponto.
- Moura, M., & Corbellini, J. (2019). *Eleição disruptiva: por que Bolsonaro venceu*. Rio de Janeiro/São Paulo: Record.
- Perelman, C., & Olbrechts-Tyteca, L. (2005). *Tratado da argumentação*. São Paulo: Martins Fontes.
- Piovezani, C., & Gentile, E. (2020). *A linguagem fascista*. São Paulo: Hedra.
- Saint-Clair, C. (2018). *O homem que peitou o exército e desafia a democracia*. Rio de Janeiro: Máquina de Livros.

(DES)ACORDO ORTOGRÁFICO. ANÁLISE DISCURSIVO-PRAGMÁTICA DE ARGUMENTOS POPULISTAS NA CONSTRUÇÃO DA POLÊMICA VERBAL ESCRITA SOBRE O ACORDO ORTOGRÁFICO DE 1990

Mariana Silva Ninitas*

1. Introdução

O presente estudo tem como principal objetivo a análise da ativação de argumentos populistas na construção do discurso polêmico num *corpus* de textos de opinião sobre o Acordo Ortográfico de 1990 (doravante AO90), nas perspectivas da Análise do Discurso, da Pragmática, da Retórica, da Argumentação e da Linguística Interacional.

Sendo o AO90, à semelhança de outras reformas linguísticas, entendido por muitos como um ataque a um património intocável – a língua –, almejamos que o trabalho de investigação que nos propomos encetar contribua para a reflexão sobre como a construção do discurso polêmico é veiculada em artigos de opinião sobre o AO90, redigidos em português europeu, e de que forma o recurso a argumentos populistas serve esse propósito.

O Acordo Ortográfico de 1990 foi e continua a ser um dos temas mais polémicos e fraturantes da sociedade portuguesa, e sobre o qual muitos críticos (especialistas e não especialistas) se debruçaram, nas mais variadas plataformas de discussão. Segundo Gomes (2008, p. 26), muitos argumentos de naturezas linguística e política têm, sobretudo na imprensa escrita, alimentado e perpetuado a polémica sobre o AO90. Assim, no presente trabalho, centrar-nos-emos no estudo da polémica verbal em torno do AO90, razão pela qual

* mariana_msilva@hotmail.com

não é possível ignorar os contributos de Rodrigues (2008) e Gil (2018), sobre a polémica verbal em discurso referendário e político, respetivamente, o estudo de Ramos (2000), focando as características de polemicidade em discursos de opinião escritos, ou o texto de Cavalcante, Pinto e Brito (2018) que, centrado essencialmente numa perspetiva sociocognitivo-discursiva para o estudo da argumentação em textos, visou refletir sobre as formas como a polémica, na sua vertente argumentativa, se materializou em textos mediáticos de natureza política.

No que ao AO90 diz respeito, e ainda que elencar todos os estudos produzidos sobre a discussão linguística em torno das alterações ortográficas propostas seja uma tarefa megalómana, é importante destacar o contributo de Ribeiro (1994), na perspetiva das Ciências da Comunicação, para a reflexão sobre a polémica em torno do Acordo Ortográfico, e a publicação de Seara e Marques (2015), que analisa a polémica em dois textos de opinião sobre o Acordo Ortográfico, numa perspetiva linguístico-discursiva.

O presente estudo visa, pois, perceber de que forma se constrói o discurso polémico nos textos de opinião sobre o Acordo Ortográfico de 1990, identificando as regularidades da organização e funcionamento da polémica escrita e a forma como essa polémica é sustentada em argumentos populistas.

2. Questões de Investigação

A um nível macro de análise, propomo-nos responder às seguintes questões:

- Quais os motivos que presidem ao dissenso e quais os argumentos que são convocados pelos que defendem o AO90 e os que o atacam e denigrem?

- Quais desses argumentos expressam a necessidade de satisfazer os interesses do povo?

Nível micro de análise:

- Quais os mecanismos discursivos que subjazem à construção do *ethos* do autor?

- Quais as estratégias de construção de polémica no discurso?

- Quais as estratégias discursivas predominantes de defesa e ataque (FTAs)?

3. *Corpus*

Dadas as limitações, para este estudo, com carácter exploratório, foi constituído um *corpus* documental com três textos de opinião sobre o Acordo Ortográfico de 1990, dados à estampa na imprensa portuguesa, nos jornais *Público* e *Diário de Notícias*, em 2012.

Os seus autores são: Luís Lobo (professor e dirigente sindical), Joaquim Jorge (fundador do Clube dos Pensadores) e Mário Bacelar Begonha (sociólogo).

4. Metodologia e perspetivas de análise

No presente trabalho, analisaremos, do ponto de vista discursivo-pragmático, um *corpus* documental, constituído por três textos de opinião sobre o Acordo Ortográfico de 1990, dados à estampa na imprensa portuguesa, conforme apresentado no ponto 3. do presente trabalho.

Para a prossecução dos objetivos de investigação, os textos foram etiquetados tendo em conta o tipo de publicação a que se associam, a data e o seu autor (cf. Anexos).

A análise do *corpus* parte, em termos globais, do quadro teórico da Análise do Discurso (Charaudeau & Maingueneau, 2002; Maingueneau, 1991, 2002, 2005, entre outros), na medida em que identifica, ainda que brevemente, o género de discurso em que os documentos recolhidos se inserem, os papéis socio-discursivos que ele implica, a sua composição textual, entre outros aspetos. Neste sentido, importa, pois, esclarecer, e seguindo Maingueneau (2005), que, na Análise do Discurso, “o seu objecto não é nem a organização textual nem a situação de comunicação, mas o que as liga através de um modo de enunciação específico” (p. 85).

Uma vez que o *corpus* documental recolhido é constituído por textos de opinião (que se revestem de características dialógicas e dialogais *in absentia*), a presente análise será igualmente subsidiária das teorias interacionistas de Kerbrat-Orecchioni (1980, 1992, 2001, 2005, entre outros), bem como das teorias de argumentação no discurso numa perspetiva retórica (Amossy 1999, 2012), de que privilegiaremos a noção de *ethos*.

Convocaremos, igualmente, a noção de face, proposta por Goffman (1967), que remete para a imagem que o interlocutor tem de si mesmo e que é construída a partir de atributos socialmente aceites (Goffman 1967, p. 5), e de FTAs,

ou seja, *Face Threatening Acts* ou Atos Ameaçadores da Face, previsivelmente, muito frequentes no discurso polêmico.

Considerando a carga emocional associada a um texto de opinião, especialmente sendo o mesmo sobre o AO90, convocaremos, igualmente, contributos da pragmática, nomeadamente sobre a teoria dos atos de fala, de Austin (1962) e Searle (1969). Nesta medida, identificamos como pertinente a proposta de tipologia dos atos ilocutórios expressivos, de Palrilha (2009), nomeadamente os atos expressivos avaliativos, que são realizados na expressão de opiniões favoráveis/desfavoráveis (Palrilha 2009, pp. 117-118).

Uma vez que se prevê que a polémica em textos de opinião possa partir de uma reação a um texto anterior ou pretenda incitar reações futuras, que perpetuem a discussão e o dissenso, convocaremos, igualmente, as noções de atos ilocutórios de negociação de sentido, destacando os atos iniciativos (como a afirmação, a pergunta, a indagação) e os atos reativos (como a crítica, o desmentido, a refutação, a contestação, a contra-argumentação, a negação, a contraposição).

Considerando que a emoção não só está presente como caracteriza o discurso polêmico e o difere da controvérsia, a presente análise será igualmente tributária da noção de polémica de Amossy (2008, 2010, 2011), conquanto possam ser mobilizados outros contributos teóricos.

Por fim, o presente trabalho terá como ponto de partida os trabalhos de teorização sobre a polémica e a noção de populismo, que apresentaremos mais detalhadamente em seguida.

5. Enquadramento socio-histórico do Acordo Ortográfico de 1990

Em 1911, Portugal dá o primeiro passo efetivo no sentido de padronizar a forma de escrita da língua a ser usada nas publicações oficiais e no ensino.

A necessidade de uma norma ortográfica credível (Castro & Leiria 1986) leva à criação de uma reforma que prevê um retorno à ortografia fonética da Idade Média, mais simplificada, alterando-se “a estética escrita do português” (Palma 2010, p. 8). Tal movimento gera bastante discórdia, ainda que conte com nomes de grande prestígio como Carolina Michäelis, Adolfo Coelho, Leite de Vasconcelos, Cândido de Figueiredo e Gonçalves Viana. Fica, então, conhecida como a Reforma Ortográfica de 1911 ou a Reforma de Gonçalves Viana.

Pelas razões supracitadas, o acordo não vinga de imediato, iniciando-se, assim, a “guerra ortográfica dos cem anos” (Malaca Casteleiro & Dinis Correia 2007, p. 3).

E se as vozes detratoras se fazem ouvir em Portugal, muito mais se pronunciam no Brasil, que entende que fixar legislativamente a ortografia da língua portuguesa é um ato unilateral e de soberania (Malaca Casteleiro & Dinis Correia 2007, p. 3).

Portugal aprova, ainda assim, a nova reforma em 1911.

Ainda que, em 1931, o primeiro Acordo Ortográfico entre Portugal e o Brasil, elaborado por iniciativa da Academia Brasileira de Letras, fosse aprovado pela Academia das Ciências de Lisboa, esse acordo, conforme referido por Ivo Castro, “parece nunca ter sido levado muito a sério” (Castro 1987, p. xi). Assim, o Brasil mantém a sua antiga norma até 1938 – ano em que a Academia Brasileira de Letras consegue fazer aprovar a reforma vigente em Portugal (Ricardo, s/d, p. 9).

Nesta sequência, em 1940, é publicado o *Vocabulário Ortográfico da Língua Portuguesa*, pela Academia das Ciências de Lisboa, e, em 1943, o *Formulário Ortográfico*, pela Academia Brasileira de Letras (Ricardo, s/d, p. 9).

As divergências, no entanto, fazem-se sentir com grande intensidade, ao longo dos anos, o que conduz à criação da Convenção Ortográfica Luso-Brasileira, em 1943, somente adotada em 1945, por Portugal, e que se manteve vigente até há poucos anos.

Na sequência da recusa do Brasil em ratificar o acordo aceite por Portugal, outras tentativas de aproximação entre Portugal e Brasil são orquestradas, mas apenas no início da década de 70 se dá uma mudança. Em 1971,

o Governo Brasileiro deu um passo muito grande no caminho da unificação ortográfica, nomeadamente com a supressão do acento circunflexo na distinção dos homógrafos (Estrela, s/d, p. 145)

Apesar de todas as tentativas, as divergências teimam em resistir.
Assim, segundo Palma,

[...] no decorrer do ano de 1975, no sentido de reduzir as dissemelhanças, a Academia das Ciências de Lisboa e a Academia Brasileira de Letras elaboraram um novo projecto de acordo, que nunca chegou a ser aprovado oficialmente, por razões de ordem política. (2010, p. 13)

Nesta sequência, em 1986, juntam-se os representantes de Portugal, Brasil e cinco novos países africanos lusófonos – antigas colônias portuguesas. Também neste encontro não há consenso, “incidindo a maior discórdia na problemática da acentuação de palavras” (Palma 2010, p. 13).

Em 1990, a Academia das Ciências de Lisboa reúne e junta uma *Nota Explicativa* ao acordo original. Esta última versão, que deveria ter entrado em vigor em 1994 (Ricardo, s/d, p. 10), é aprovada em simultâneo pelos governos de Portugal e do Brasil, mas a sua entrada em vigor é adiada, pois apenas os dois países e Cabo Verde ratificam a sua aplicação (Cristóvão, s/d, p. 24).

A Assembleia da República [Portuguesa] resolve, nos termos dos artigos 164º, alínea j), e 169º, nº 5, da Constituição, aprovar para ratificação o Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa, assinado em Lisboa a 16 de Dezembro de 1990. (Decreto do Presidente da República nº 43/91, de 23 de agosto)

Em 1998, é assinado, na cidade da Praia, Cabo Verde, um *Protocolo Modificativo do Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa*, que retira do diploma original a data da respetiva entrada em vigor (Ricardo, s/d, p. 11). Em 2004, é aprovado em São Tomé e Príncipe pelos chefes de Estado e do Governo dos sete membros da CPLP um segundo *Protocolo Modificativo*, que estipula ser suficiente a ratificação por parte de três daqueles países para a entrada em vigor do novo Acordo Ortográfico. Nesta sequência, o Brasil ratifica o diploma e Timor-Leste manifesta a sua adesão (Ricardo, s/d, p. 11).

Em 2006, são depositados, no Ministério português dos Negócios Estrangeiros, os instrumentos de ratificação do Segundo Protocolo Modificativo, pelo Brasil, por Cabo Verde e por São Tomé e Príncipe.

Vários anos se passam e, apenas em 2008, a Assembleia da República de Portugal ratifica o segundo *Protocolo Modificativo* (já autorizado pela Comunidade dos Países de Língua Portuguesa, em 2004). No mesmo ano, as reações detratoras ao novo acordo proliferam. Segundo António Emiliano (2008),

Para uma apreciação séria do *Acordo Ortográfico* de 1990 importa distinguir o *acordo* (que, juntamente com os seus dois protocolos modificativos, constitui um instrumento jurídico-diplomático que traduz uma intenção política) de *reforma ortográfica* que, a partir dele, se pretende impor em Portugal e alhures. A reforma ortográfica propriamente dita contém vinte e uma bases, a quase totalidade das quais se subdivide em diversos artigos e alíneas (não é uma reforma simples e inócua) e uma *Nota Explicativa*

que é o único documento ‘oficial’ conhecido (de uma dúzia de páginas) que fundamenta a reforma do ponto de vista técnico (2008, p. 6)

Ainda assim, o AO90 entra em vigor, em Portugal, em 2009, implementando um período de transição e coexistência das duas ortografias (resultantes da reforma de 1945 e do acordo de 1990) até 2015 (Ricardo, s/d, p. 15). No ano letivo de 2011/2012 o acordo é adotado em todo o sistema de ensino e, a partir de 1 de janeiro de 2012, nos organismos oficiais. O Brasil, no mesmo ano, assina o decreto de implementação, com efeitos a partir de 2012.

O consenso em relação a esta norma tende, no entanto, a tardar. Assim, em 2017, é criado um grupo de trabalho para avaliar os argumentos de defensores e detratores do Acordo Ortográfico (doravante AO).

Muitos deputados entendem que o AO não cumpre o objetivo de unificar a língua portuguesa, tendo, até janeiro de 2020, só sido adotado por Portugal, Brasil, Cabo Verde e São Tomé e Príncipe (Angola, Moçambique, Guiné-Bissau e Timor-Leste ainda não ratificaram). Por essa razão, muitos recomendam que haja uma nova ronda de negociações entre os Estados-membros da CPLP.

Além das propostas do grupo de trabalho, a Iniciativa Legislativa de Cidadãos contra o Acordo Ortográfico entrega, em abril em 2019, na Assembleia da República, mais de 20 mil assinaturas. Esta iniciativa é assim transformada num projeto de lei para revogação do Novo Acordo Ortográfico.

A história da implementação ou revogação do Acordo parece não ter fim, mas é a partir dos sumarentos textos produzidos pelos defensores e pelos detratores que o presente trabalho será construído.

6. Polémica

Ao longo dos anos, conforme é possível verificar no ponto 5. do presente trabalho, as reações polémicas em torno da implementação do AO90 proliferaram. De forma a poder contextualizar o leitor quanto à noção de polémica por nós adotada, dedicar-nos-emos, no presente ponto, a apresentar algumas abordagens teóricas sobre o tema.

Rodrigues define a polémica como

[...] uma prática discursiva própria de interações verbais marcadas por duas coordenadas constantes: a dissensão entre os falantes em relação a uma matéria e a dimensão argumentativa/refutativa determinada por objectivos persuasivos. Dessa prática discursiva

siva fa[z]em parte, a par da polémica, a controvérsia, a disputa, a discussão, a querela, por exemplo. (2008, p. 30)

Maingueneau (1983, p. 20) acredita que o discurso polémico se organiza a partir de dois polos antagônicos, em que se defrontam o Nós e o Eles/ o Outro. Nesta perspectiva, o discurso polémico seria uma atividade argumentativa em que o locutor procura reforçar a sua tese, tornando-a impenetrável, sem pretender, necessariamente, convencer o outro (Doury 2012) e dando origem àquilo que Amossy (2010) classifica como a coexistência de dissenso.

É, então, segundo Burger (2005, 2008, 2011), no dissenso que os participantes se envolvem num trabalho colaborativo de negociação, garantindo a coexistência dos opostos e a comunicabilidade, sempre conscientes da impossibilidade de um consenso.

O discurso polémico é, por isso, e como referido em Ninitas (2020), “percorrido pela isotopia do belicismo, em que as armas são as palavras. Estas armas servem para desqualificar o discurso do alocutário ou o próprio adversário (com ataques *ad hominem*)” (Ninitas 2020, p. 1883).

Marc Angenot (2008, 2015) classifica o discurso polémico como um diálogo de surdos ou uma retórica antilógica, na medida em que parece pouco provável persuadir o outro. É, por isso, e segundo o autor, no dissenso que os intervenientes são conduzidos a uma forte carga emotiva, revestida de indignação e cólera.

No caso particular do discurso de opinião, conforme referido por Fonseca (1992, 1998), é frequente que um discurso segundo se oponha a um discurso prévio (Maingueneau, 1984), revelando o carácter dialógico e – talvez – dialogal *in absentia*.

Conforme referido, também, por Ninitas (2020), Amossy (2010, p. 209) nota “que o discurso polémico tem como principal objetivo a desqualificação do discurso do outro, acentuando as divergências. Assim, sem um contradiscurso não existe polémica. A natureza da polémica é dialógica, mas não necessariamente dialogal, já que o suporte de muitas das polémicas são os *media*” (Ninitas 2020, p. 1884).

Kerbrat-Orecchioni (1980) acredita que a polémica se constitui como um tipo de interação qualificado como agressivo, violento ou, de forma mais mitigada, vivo. Segundo Rodrigues (2008, p. 178), a polémica pode gerar um combate às ideias, mas também ao homem, recorrendo ao insulto, ao ataque à moralidade, à reformulação de comentários feitos pelo outro e à contradi-

ção, conforme proposto Jacquin (2011). O mesmo autor alerta, no entanto, para a possibilidade de esses ataques poderem pretender atingir um elemento terceiro, ou seja, poder tratar-se, como referido por Ninitas (2020, p.1884), de uma jogada com “efeito”, como numa partida de *snooker*. Brilliant (2011) defende, a este propósito, que nem sempre os argumentos provocam confrontos entre teses antagónicas e que o recurso à “opinião pública” se traduz em estratégias de posicionamento mais do que em confrontos ideológicos.

Destaque, no entanto, para o facto de a violência verbal, ainda que abundante no discurso polémico, não ser elemento fundamental na sua constituição. Não se trata, pois, e conforme referido por Gil (2018), de um elemento definitório da polémica, havendo necessidade de distinguir o que é violento do que é conflitual (este último, traço caracterizador da polémica) (Gil 2018, p. 111).

Em termos linguístico-discursivos, e segundo Gil (2018), o discurso polémico concretiza-se, em traços gerais, por algumas características particulares. São elas

A citação ou a inscrição do discurso oponente, por meio da retoma ou da reformulação, no discurso do locutor é uma estratégia privilegiada na polémica: por um lado, o locutor retoma o discurso do Outro deformando-o amiúde, de modo a servir os seus objectivos; por outro lado, apresentar como pressuposto um dado objecto de discurso constitui uma forma de o apresentar sem assumir a responsabilidade enunciativa – ao Oponente restam duas hipóteses de algum custo: ou ignorar o adversário, o que pode ser entendido como um sinal de concordância (estrategicamente desvantajoso), ou terá de negar o pressuposto, com maior ou menor grau de violência, sob risco de acusações de fraqueza ou de desvio do essencial do debate. (Gil 2018, p. 111.)

Também o discurso direto, o discurso indireto e indireto livre, as citações diretas ou a reformulação constituem, segundo a mesma autora, formas de retoma do discurso do adversário com forte pendor argumentativo e polémico, através dos quais se realizam “actos de composição textual/discursiva com uma saliente natureza metalinguística/metacomunicativa” (Fonseca 1994, pp. 127-128). Ainda segundo Gil,

Se não conduz a uma solução, a polémica abre, pelo menos, caminho para a adopção de um posicionamento que impeça um infundável dissenso. Polemizar é, nesse sentido, uma actividade que está ao serviço de uma comunidade participativa e que reconhece a alteridade. (2018, p. 120.)

Segundo Dascal (2005, p. 30), as disputas têm uma função informativa, que permite aos intervenientes identificar, de forma clara, as diferenças entre as partes.

Conforme Ninitas (2020), “perante a multiplicidade de estratégias possíveis na manifestação da polémica, será fácil reconhecer e aceitar a, também, multiplicidade de vozes. Esta polifonia permite reforçar os laços e a identidade entre os diferentes atores – locutor e alocutário. Nesta perspetiva, o auditório a que se dirige o discurso é uma construção discursiva, pois o discurso do locutor tem de se basear nos saberes doxais, lugares-comuns e representações de que o seu alocutário/destinatário comunga” (Ninitas 2020, p. 1886).

Fonseca, a este propósito, refere, ainda, que

partindo da imagem pré-existente do alocutário, o locutor assenta o seu discurso em premissas (de ordem social, cultural, histórica) que crê serem aquelas que correspondem aos saberes do seu auditório. O grau de dificuldade de tal tarefa varia em função da heterogeneidade do auditório; o locutor não pode, no entanto, eximir-se a essa construção discursiva, já que o alocutário/destinatário é parte integrante do dispositivo de enunciação. (1994, p. 124)

Amossy (2001, 2002) realça, não obstante, que a construção discursiva do alocutário (implícita ou explícita) é uma estratégia argumentativa, que pode ir ao encontro da imagem favorável na qual se revê (Amossy 2002, p. 469). As estratégias de referenciação, implícitas ou explícitas, dependem, no entanto, do contrato estabelecido entre os intervenientes, permitindo estruturar a prática discursiva em função dos constrangimentos impostos pela identidade de cada um dos intervenientes, bem como pelos objetivos, pelas circunstâncias (contexto), pelos *topoi* e pela *doxa* (Charaudeau 1995b, 1995a, 2006).

A imagem do locutor, na mesma linha, e segundo Ninitas (2020), “depende, igualmente, de construções discursivas e sociais, a que a noção de *ethos* não é alheia” (Ninitas 2020, p. 1887).

Micheli (2011) acrescenta, a este propósito, que a legitimidade do *ethos* do locutor, aquando da interação dita polémica, pode ser construída pelo contraste entre a insensibilidade/desprezo do seu adversário em relação a determinado assunto e a consequente ideia de sensibilidade a que o locutor se associa automaticamente.

Em síntese, os estudos acima mencionados tornam claro que a polemidade é uma dimensão específica dos textos de natureza argumentativa, cujo

principal objetivo, mais do que levar ao consenso, passa por desqualificar um lado particular e tornar a tese impenetrável ao adversário.

O estudo do discurso polêmico, seguindo Rodrigues (2008), implica a análise dos atos de fala, dos atos ilocutórios ameaçadores da face, das marcas de subjetividade, das avaliações axiológicas, das retomas e da representação do Outro, e será nesse sentido que conduziremos o presente estudo. A polemidade, segundo a mesma autora, é, então, um fenômeno pluridimensional “que pode constituir um traço configurador do discurso de forma generalizada ou de forma localizada” (Rodrigues 2008, p. 70).

7. Populismo

Segundo Costa (2021), a palavra populismo “tornou-se um chavão [...]. Surge diariamente nos *media* para definir figuras de direita e de esquerda. Mas o seu conceito não é simples. Há mais de 60 anos que divide teóricos e analistas políticos que o definem como uma estratégia de líderes carismáticos para apelar às massas, demagogia ou uma reacção nacionalista” (p. 2). Galito (2017) acredita que “pode ser entendido como um ato de coragem, a favor da integridade e contra a corrupção dos mais ricos” (Galito, 2017, p. 6), mas defende tratar-se de “um fenômeno político que é difícil de definir e, portanto, de medir. Tanto é temido como glorificado e a sua teorização corre o risco de se transformar, em si, numa afirmação política” (Galito 2017, p. 1).

Segundo Costa (2021), e na sequência do que Galito (2017) já afirmara, nem todos os académicos têm uma visão negativa do fenómeno, como é o caso da professora de Teoria Política da Universidade de Westminster, Chantal Mouffe, que, segundo Costa (2021), defende a necessidade do populismo na política democrática. A investigadora acredita que o populismo de esquerda poderá ser um bom aliado contra o populismo xenófobo, na medida em que os seus adversários não são os imigrantes, mas as grandes corporações. A posição assumida por Mouffe é, ainda assim, contestada por outros especialistas, como é o caso do politólogo Werner Müller, também referido por Costa (2021), que defende que os movimentos populistas são sempre altamente perigosos para a democracia, uma vez que se proclamam como a única voz do povo, atacando todos aqueles que a ela se oponham.

Parece, pois, árdua a tarefa de definir o fenômeno populista, o que é corroborado por Dockendorff e Kaiser (2009), mas também a tarefa de nos posicionarmos perante ele.

Investigadores como Knight (1998) acreditam que o fundamental é entender o populismo como um estilo político particular. Esta visão, contudo, não é totalmente partilhada pelos seus pares, como é o caso de Weyland (2001), que crê que o populismo, mais do que um estilo político, deve ser considerado uma estratégia política com características próprias. Na mesma linha, Kenneth Roberts (1999) apresenta os cinco pilares fundamentais na construção do fenômeno populista, sendo os mesmos (1) a necessidade de existir um líder político inteligente e paternalista, mas não necessariamente carismático (o que é refutado por Hermet, 2001); (2) um acordo entre diferentes classes, baseado, principalmente, nos setores subordinados; (3) uma mobilização política sustentada na relação direta entre o líder e as massas, ignorando outras formas institucionalizadas de intermediação (que Hermet (2001) refuta, uma vez que ignora o papel dos partidos); (4) um discurso antielitista e/ou antissistema, baseado numa ideologia eclética; (5) a utilização de métodos redistributivos e de favorecimento que converte os setores populares em base de apoio ao regime (Roberts 1999, pp. 380-381).

Parece consensual, no entanto, que o populismo sobrevive pela construção da sociedade enquanto campo antagonico entre o povo e a oligarquia (De la Torre 2003, p. 60). Esse campo antagonico, segundo Laclau (1987, 2005, 2006), gravita entre dois polos dicotomicos: os que estão abaixo (o “povo”) e os que estão acima (“os outros”). Ainda segundo Laclau (1987), o resultado de uma postura populista será um discurso da mesma natureza, caracterizado, fundamentalmente, pela ambiguidade e imprecisão como fonte de eficácia. Uma vez pretender representar um grupo o mais extenso possível, o discurso populista é tanto mais eficaz quanto maior for a ambiguidade que aciona. Na mesma linha, Cas Mude e Cristóbal Kaltwasser (2017) realçam que um dos pontos comuns em torno de todas as manifestações populistas é o apelo ao povo e a denúncia da elite. Definem o fenômeno como uma ideologia que opõe o “povo puro” (ou “bom”, nas palavras de Galito (2017)) à “elite corrupta”, defendendo que a política deveria ser uma expressão da vontade geral (Mude & Kaltwasser 2017, p. 18). Ou seja, enquanto estilo discursivo promove o antagonismo entre duas entidades ‘inimigas’ (a favor e contra o povo)” (Galito 2017, p. 8).

A definição de “povo” parece, no entanto, carecer de explicitação, uma vez tratar-se, fundamentalmente, de uma construção mental. O mesmo parece

acontecer com a noção de “elite”. Segundo Galito (2017), os movimentos populistas “elevam a população à categoria de grupo cultural homogêneo capaz de ambicionar o poder. Protestam a favor dos excluídos com noção de ‘povo’ feita à medida das necessidades do momento ou dos líderes que a instrumentalizam” (Galito 2017, p. 7). Guillem Vidal afirma, na mesma linha, que o termo “povo” tanto pode remeter para a conceção civil, como para um determinado grupo étnico. Segundo o investigador, a “direita” defende, por norma, o conceito étnico, ao passo que a esquerda tende a acionar um “nós” de ponto de vista social, que abrange a população como um todo.

Em suma, o fenómeno populista, ainda que origine diferentes posicionamentos por parte dos especialistas, opõe dois polos antagónicos – o “povo” e o “não povo”. Resta perceber, ao certo, quem é o povo e quem não o é – e essa definição parece longe de reunir consenso.

Atentemos, pois, no estudo exploratório apresentado abaixo, para melhor compreendermos de que forma os argumentos populistas são manipulados na construção da polémica em torno do AO90.

8. Análise

O estudo exploratório que nos propusemos encetar prevê a análise de três exemplares de textos de opinião acerca do AO90 (cf. Anexos), publicados nos jornais *Público* e *Diário de Notícias*, em 2012.

Os seus autores são: Luís Lobo (professor e dirigente sindical), Joaquim Jorge (fundador do Clube dos Pensadores) e Mário Bacelar Begonha (sociólogo). Vejamos, então, algumas estratégias manipuladas na construção desses textos.

8.1. Título

Os títulos escolhidos para encabeçar os textos em análise apresentam características distintas no que diz respeito à apresentação do assunto ou ao posicionamento do seu autor. Conforme o leitor poderá constatar abaixo, apenas Joaquim Jorge revela, com maior clareza, o assunto sobre o qual tecerá considerações, ainda que Mário Bacelar Begonha se refira, desde logo, à “língua” e à “sua escrita”. Analisemos, então, os exemplos abaixo.

- (1) Um acto político de empobrecimento cultural (Luís Lobo)
- (2) (Des)acordo ortográfico (Joaquim Jorge)
- (3) A língua e sua escrita (Mário Bacelar Begonha)

Nos dois primeiros casos, é possível verificar que os seus autores se posicionam criticamente relativamente ao assunto sobre o qual se debruçarão. Luís Lobo esclarece o leitor quanto ao responsável pelo ato vil sobre o qual refletirá, referindo tratar-se de “um acto político”, relativamente ao qual tece uma avaliação axiológica negativa (“empobrecimento cultural”). É logo no título, então, que o autor apresenta um dos elementos desta dicotomia que constituirá parte dos seus argumentos.

Joaquim Jorge, por outro lado, posiciona-se criticamente, recorrendo ao prefixo “des-“ em “(des)acordo”, que prefere isolar entre parêntesis, para que o leitor saiba, concretamente, o assunto que desenvolverá e a sua opinião sobre ele.

Mário Bacelar Begonha, por outro lado, não desvenda, através do título, qualquer apreciação crítica e opta por uma construção pouco clara, no que à temática diz respeito.

8.2. Corpo do Texto

É, conforme expectável, nos primeiros parágrafos dos textos que os autores apresentam, de forma clara, o assunto sobre o qual refletirão. É também neste momento que os autores optam por se posicionar relativamente a ele, conforme podemos observar nos exemplos abaixo.

- (4) A imposição do novo Acordo Ortográfico (AO), à margem do quadro legal vigente que prevê um período de não obrigatoriedade da sua utilização até 2015, tem suscitado um debate público interessante que só tem reforçado as razões dos que se lhe opõem. (Luís Lobo)
- (5) Eu não vou aderir nunca ao acordo ortográfico. Vou escrever sempre como aprendi e me ensinaram. Acho este acordo um embuste, feito de uma forma apressada e imposto, mas não aceite. A diversidade numa língua é uma mais-valia cultural, todos os países lusófonos se entenderam na linguagem e escrita, as suas divergências sempre foram políticas ou de outra índole. (Joaquim Jorge)
- (6) Um povo é uma comunidade de língua e de cultura, independentemente das fronteiras ocasionais dos Estados, mas é a língua que caracteriza e define uma Nação. (Mário Bacelar Begonha)

No exemplo (4), Luís Lobo começa por se referir à “imposição” do AO90, o que permite, desde logo, perceber o posicionamento do autor. O termo “imposição” remete para o exercício de força sobre o outro, deixando, desde logo, latente a ideia de existirem dois polos – aquele que exerce a força e aquele que sofre essa pressão/a vítima. Luís Lobo prossegue a sua argumentação, referindo que essa imposição é ilegítima e, para tal, recorre a um argumento legal, ou seja, convoca uma voz externa que reforça o seu posicionamento. Nesta sequência, o autor refere que este ato de obrigação – que a lei prevê, conforme referido pelo autor, não ter um carácter obrigatório – tem suscitado um debate público que levou à evidência de que muitos se lhe opõem, classificando-o, desta forma, como “interessante”. Um pequeno alerta, também, para a intencionalidade atribuída aos responsáveis: se a lei prevê a não obrigatoriedade, então a sua imposição é uma escolha consciente e intencional dos órgãos de decisão.

No exemplo (5), também Joaquim Jorge acusa os responsáveis pela implementação do acordo de o terem imposto, ainda que não fosse aceite. Esta afirmação parece revelar, uma vez mais, e à semelhança do que já havíamos indagado sobre Luís Lobo, a existência de dois polos antagónicos, ou seja, evidencia a existência daqueles que impõem e daqueles sobre os quais é imposto. A convicção de que a implementação do AO90 não foi aceite por esse polo – ainda por definir - parece partir do implícito de que a sua voz não tem qualquer força. Mas quem será este grupo? Joaquim Jorge prossegue a sua reflexão, referindo que “a diversidade numa língua é uma mais-valia cultural”, o que leva o seu leitor a encarar esta imposição, ou seja, a implementação do AO90, como uma violação desta diversidade, logo, da riqueza cultural. E quem faz a cultura? O povo. À semelhança de Luís Lobo, Joaquim Jorge também aponta o dedo aos responsáveis, referindo, sem eufemismos, que as divergências existentes entre os países lusófonos sempre tiveram uma natureza política – o que pode levar o seu leitor a recuperar o implícito de que é uma solução que visa resolver essa questão política, sem olhar ao interesse da cultura. Naturalmente, poder-nos-íamos deter no facto de língua e convenção ortográfica não serem sinónimos, mas não é foco do presente trabalho validar os argumentos apresentados, apenas analisá-los.

Não menos importante parece ser o argumento da tradição. Joaquim Jorge afirma, convictamente, que se opõe ao AO90 por uma questão de tradição, porque foi assim que aprendeu e foi ensinado. E o que é a tradição se não cultura? E o que é cultura se não povo? Para o caso de o leitor ficar com dúvidas

relativamente ao posicionamento do autor, Joaquim Jorge esclarece que acha o AO90 um embuste, o que, tratando-se de uma agressão indireta a quem o criou ou deseja implementar, um ataque à face do opositor, parece querer perpetuar o dissenso – afinal, depois de tamanha ofensa, quem deseja fazer as pazes?

Se, no caso dos primeiros dois autores, se entende a existência de dois polos, ainda que não se identifique claramente quem se opõe ao poder político, no exemplo (6), com o texto de Mário Bacelar Begonha, as dúvidas dissipam-se. O autor começa por definir a noção de povo, caracterizando-a como uma “comunidade de língua e de cultura” e deixando o implícito de que a implementação do novo AO90 seria uma agressão à língua, à cultura e, por isso, ao povo. Perpetrada por quem? Pelo polo oposto – que, por enquanto, o autor não esclarece.

Através da análise dos excertos acima, é possível antever a tendência populista dos argumentos manipulados. Os três autores, de forma explícita ou implícita, convocam a existência de dois polos opostos, sendo um deles o “poder político” e o outro o “povo”. Desta forma, os autores criam um inimigo ao poder político, um inimigo de peso, e identificam a agressão de que foi alvo: a implementação do AO90, i.e. o ataque à língua, à cultura e, consequentemente, ao povo.

Vejamos, agora, mais alguns exemplos.

(7) Porque razão se acham as maiorias parlamentares constituídas nos últimos seis anos no direito de impor, ao Povo que as elegeu, regras que dois terços dos portugueses recusam? (Luís Lobo)

No exemplo (7), Luís Lobo faz uso de um ato iniciativo de pergunta, característica muito frequente em textos de opinião sobre o AO90, como estratégia de perpetuar o dissenso e prolongar o “diálogo”. A questão que coloca contém, em si mesma, diversas apreciações e afirmações categóricas, revestidas de uma natureza factual (que o leitor não tem como verificar). O autor, uma vez mais, acusa o poder político, ou, nas suas palavras “as maiorias parlamentares”, de imporem uma regra com a qual “dois terços” dos portugueses não concordam, ainda que tenham sido os portugueses a elegê-los. Evidencia, desta forma, o paradoxo entre os eleitores e as decisões tomadas pelos eleitos. De notar que, no excerto acima, Luís Lobo se refere, pela primeira vez, de forma explícita ao “Povo”, mas não um povo qualquer. Um Povo com maiúscula, porque é o Povo

quem constitui o segundo polo, aquele que, como referido por Mude e Kaltwasser (2017) e Galito (2017), é “puro” ou “bom”, respetivamente.

(8) A fraca implantação e afirmação, no mundo, do português escrito e falado em Portugal, podendo ter raízes fonológicas, não iliba os responsáveis políticos que desistiram de afirmar a cultura portuguesa fora de portas. (Luís Lobo)

No exemplo (8), Luís Lobo recorda ao leitor que, apesar de o português europeu não ter conseguido afirmar-se de forma relevante no mundo, não é possível ilibar os responsáveis políticos que não fizeram por reverter essa tendência. O autor, recorrendo à presente estratégia, violenta o seu adversário – “os políticos que desistiram” –, responsabilizando-os e atacando a sua face. Luís Lobo acusa-os de terem desistido de afirmar a cultura portuguesa, atribuindo-lhes agentividade nesta decisão e, desta forma, agredindo-os, o que permitirá perpetuar o dissenso característico da polémica – conforme defendido por autores como Doury (2012), Amossy (2010) ou Burger (2005, 2008, 2011).

(9) A democracia moderna baseia-se na representação e na participação [...]. A democracia só existe quando é o resultado da soma dos seus valores e ideais. Ora não parece crucial que, em democracia, sejam tomadas medidas radicais que afectam, e obrigam, todos, sem que todos sejam ouvidos. (Mário Bacelar Begonha)

No exemplo (9), Mário Bacelar Begonha começa por convocar uma terceira voz, uma espécie de conhecimento partilhado ou doxa, em que dá conta da definição de democracia, talvez com o intuito de legitimar a sua posição. Seguidamente, o autor partilha a sua opinião, referindo a estranheza que sente ao verificar que são aplicadas medidas que “afetam e obrigam, todos”, sem que todos tenham sido consultados a esse respeito. Desta forma, Mário Bacelar Begonha estabelece uma relação entre democracia e povo, algo como “democracia = voz do povo” e “Não voz do povo = Não democracia”. Ademais, o autor recorre a termos como “radical” e “obrigam” como forma de incitar à discussão, uma vez que violenta o adversário, neste caso, aqueles que não são povo. Estamos, então, uma vez mais, perante um ato ameaçador da face.

(10) Vem isto a propósito de uma discussão pública acerca do novo acordo ortográfico, feito nas costas do povo [...] (Mário Bacelar Begonha)

No exemplo (10), uma vez mais, Mário Bacelar Begonha reforça a sua tese de que toda a discussão acerca do acordo ortográfico, contrariamente ao que entende correto, se deu sem a intervenção do povo. Desta forma, evidencia o contraste entre aquilo que parece ser uma discussão pública, mas que resulta numa discussão sem qualquer intervenção do povo (público?).

(11) Querem agora que escrevamos cometendo os erros pelos quais fomos castigados no passado, e querem que o façamos sem violentarmos as nossas consciências. (Mário Bacelar Begonha)

No exemplo (11), o autor recorre a um nós inclusivo, ou seja, o autor explicita aquilo que estava implícito desde o início do seu texto: que pertence ao povo. É assim que Mário Bacelar Begonha torna claro que, neste jogo dicotómico, se posiciona do lado dos “bons”, dos “puros”, daqueles que foram violentados e que violentaram as suas consciências, como refere, ao ceder à imposição daqueles outros. A presente estratégia vai ao encontro do previsto por Maingueneau (1983, p. 20), quando reflete acerca da organização do discurso polémico a partir de dois polos antagónicos, em que se defrontam o Nós e o Eles/ o Outro.

(12) O que mais impressiona, neste momento, é a intenção de obrigar todos a escrever como meia dúzia quer. Então e a democracia, pá? (Mário Bacelar Begonha)

O mesmo autor, no exemplo (12), reforça, novamente, o contraste entre aqueles que decidem e aqueles que serão obrigados a cumprir uma medida sobre a qual nada disseram, ou seja, entre a meia dúzia “corrupta” (Galito 2017) e a maioria “pura” (Galito 2017).

Também o facto de se tratar de um ato iniciativo de pergunta leva a crer que o autor pretende dar continuidade à discussão, mas sem intenção de encontrar consenso, uma vez que não se coíbe de acusar os opositores de “obrigar” o povo a aceitar uma medida com a qual não concorda, como um ditador.

Outros exemplos de violência verbal com o intuito de perpetuar o dissenso e a polémica podem ser observados nos exemplos seguintes.

(13) Os últimos Governos correram a transformar em norma imediata o conteúdo desta resolução, quando fazem tábua rasa de outras resoluções que têm o mesmo peso político e que são, social, económica e politicamente, muito mais relevantes e importantes. (Luís Lobo)

(14) Esta pressa reforça a defesa de que a decisão tomada pelos órgãos de soberania, mais do que científica, socialmente relevante ou culturalmente interessante, é meramente política. (Luís Lobo)

(15) Porque preferem os decisores políticos ignorar pareceres científicos e de organizações idóneas no domínio da investigação e da análise linguística, optando por um brutal empobrecimento da língua portuguesa [...]? (Luís Lobo)

(16) Porque é que os decisores políticos adoptaram um comportamento parolo, adequado, como dizem, a língua escrita à língua portuguesa falada [...]? (Luís Lobo)

8.3. Fecho do Texto

Por fim, analisaremos dois exemplos de sequências de fecho.

(17) E porque não há justificação para o injustificável, reforça-se a motivação para que os que podem e querem subscrever a Iniciativa Legislativa de Cidadãos sejam cada vez mais. Uma iniciativa que visa, democraticamente, levar ao Parlamento, de novo, esta discussão e, eventualmente, ver suspensa a aplicação deste AO. E é tão fácil fazê-lo, bastando, para tal, que usemos de um direito consignado na nossa Constituição da República, a qual, já agora, não está escrita com este Acordo Ortográfico. (Luís Lobo)

No exemplo (17), Luís Lobo evidencia o contraste entre o que é democrático – e ainda pode ser feito – e o que não o é – e tem sido feito.

Destaque para o uso da expressão “eventualmente”, que parece conter o implícito de reear o resultado, tendo em conta as provas passadas, ou seja, a total descrença no sistema.

O autor termina, quase humoristicamente, referindo que a própria Constituição da República não está escrita segundo o novo AO.

(18) Não se muda uma língua por decreto, contra a vontade de um povo e contra a maioria de pareceres técnico-científicos. O que é imposto dificilmente é aceite. (Joaquim Jorge)

No exemplo (18), verificamos que Joaquim Jorge, usando indistintamente as noções de língua e ortografia, reforça a ideia de que mudar a língua por decreto, contra a vontade de um povo, contra todos os pareceres técnicos, é uma imposição e, por isso, dificilmente será aceite pelo povo. Parece, nesta sequência, deixar um aviso, um alerta e, por outro lado, apelar ao bom senso daqueles que têm o poder de decisão.

9. Reflexões Finais

O presente estudo permitiu mostrar, através da análise de três exemplares de texto de opinião sobre o AO90, algumas estratégias linguísticas manipuladas na construção do discurso polêmico, focando, essencialmente, os argumentos populistas que serviram esse propósito.

Concluiu-se que os autores dos textos assumiram, desde o seu início, um *ethos* (Amossy 1999) de pertença ao povo que defenderam. Nem sempre esse *ethos* foi discursivamente construído, mas exemplos como o de Mário Bacelar Begonha permitem corroborar a crença de que, uma vez criada uma dicotomia entre o povo e a elite corrupta, os autores procuraram incluir-se no polo “bom” (Galito 2017). Esta estratégia poderá constituir uma forma de conduzir o leitor a identificar-se com o autor e, por isso, a apoiar a sua posição.

A natureza dialógica (Kerbrat-Orecchioni, 1980, 1992, 2001, 2005, entre outros) dos textos de opinião ficou visivelmente patente pelo recurso a atos iniciativos de pergunta, que permitem antever a vontade de continuar a discussão, alargar a polémica e, assim, perpetuar o dissenso.

Também o recurso a atos expressivos avaliativos, nomeadamente na expressão de opiniões desfavoráveis (Palrilha 2009) acerca da implementação do AO90, permite perceber a total ausência de intenção de chegar a um consenso, conforme previsto por autores como Doury (2012), Amossy (2010) ou Burger (2005, 2008, 2011). Esses atos constituem, em si mesmos, atos ameaçadores da face (Goffman 1959) que, desde que ativados, conseguem reforçar a intenção de perpetuar a polémica.

Ademais, a maioria dos argumentos contra o acordo recai no facto de o povo estar contra a implementação do Acordo, ainda que não tenha sido ouvido, de ser uma imposição política e de a tradição dever prevalecer (a forma como fomos ensinados), ou seja, a maioria dos argumentos apresentados tem uma natureza populista, que opõe um povo puro e bom a uma elite corrupta e antidemocrata, na linha do defendido por autores como De la Torre (2003), Laclau (1987, 2005, 2006), Mude e Kaltwasser (2017) e Galito (2017).

Concluimos, pois, que a retórica populista como meio de argumentar contra o acordo torna o ato da sua aplicação em algo vil, imposto, que segue interesses políticos e não os interesses da Nação, do povo. Os argumentos populistas são, por isso, formas de violentar o adversário, dado que ninguém deseja estar contra o povo, ainda que, como apontado por Galito (2017), não se saiba, ao certo, quem é este povo.

10. Referências Bibliográficas

- Amossy, R. (1999). *Images de soi dans le discours*. La construction de l'ethos. Lausanne: Delachaux et Niestlé.
- Amossy, R. (2001). Introduction to the Study of Doxa. *Poetics Today*, Duke, v. 23, n. 3, 369-394. DOI: <https://doi.org/10.1215/03335372-23-3-369>
- Amossy, R. (2002). Ethos at the Crossroads of Disciplines: Rhetoric, Pragmatics, Sociology. *Poetics Today*, Duke, v. 22, n. 1, 1-23. DOI: <https://doi.org/10.1215/03335372-22-1-1>
- Amossy, R. (2008). Modalités argumentatives et registres discursifs: le cas du polémique. In Gaudin-Bordes, L. & Salvan, G. (org.). *Les registres. Enjeux stylistiques et visées pragmatiques* (pp. 93-102). Louvain-la-Neuve: Academia Bruylant.
- Amossy, R. (2010). The Functions of Polemical Discourse in the Public Sphere. In Smith, M. & Warnick, B. (org.). *The Responsibilities of Rhetoric* (pp. 52-61). Long Grove: Waveland Press.
- Amossy, R. (2011). La coexistence dans le dissensus. La polémique dans les forums de discussion. *Semen. Revue de Sémio-Linguistique des Textes et Discours*, Besançon, v. 31, 25-42. DOI: <https://doi.org/10.4000/semen.9051>. Consultado em: www.journals.openedition.org. Acedido em: 3 jan. 2020.
- Amossy, R. (2012). *L'argumentation dans le discours*. Paris: Armand Colin.
- Angenot, M. (2008) *Dialogues de sourds: traité de rhétorique antilogique*. Paris: Mille et Une Nuits.
- Angenot, M. (2015). Novas proposições para o estudo da argumentação na vida social. *EID&A: Revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação*, Ilhéus, v. 3, 142-155. Consultado em: www.periodicos.uesc.br/index.php/eidea/article/view/413. Acedido em: 3 fev. 2020.
- Austin, J. L. (1962). *How to do Things with words*. New York: Oxford University Press.
- Brilliant, M. (2011). L'émergence de la polémique autour de la formule « immigration choisie » dans la presse française (janvier-juillet 2005). *Semen. Revue de Sémio-Linguistique des Textes et Discours*, Besançon, v. 31, 113-128. DOI: <https://doi.org/10.4000/semen.9105>. Consultado em: www.journals.openedition.org. Acedido em: 3 jan. 2020.
- Burger, M. (2005). La complexité argumentative d'une séquence de débat politique médiatique. In Burger, M. & Guylaine, M. (org.). *Argumentation et communication dans les médias* (pp. 51-79). Québec: Nota Bene.
- Burger, M. (2008). Analyzing the Linguistic Dimension of Globalization in Media Communication: the Case of Insults and Violence in Debates. In Daniel, P. & Wyss, E. L. (org.). *Media Linguistics from a European Perspective: Language Diversity and Medial Globalization in Europe* (pp. 127-150). Basileia: VALS / ASLA, 2008.
- Burger, M. (2011). Une caractérisation praxéologique du désaccord polémique : ce qu'informer dans les médias veut dire. *Semen. Revue de Sémio-Linguistique des Textes et*

- Discours*, Besançon, v. 31, 61-80. DOI: <https://doi.org/10.4000/semn.9183>. Disponível em: www.journals.openedition.org. Acedido em: 3 jan. 2020.
- Castro, I. & Leiria, I. (1986). *A demanda da ortografia portuguesa. Comentário do Acordo Ortográfico de 1986 e Subsídios para a Questão que lhe Seguiu*. Lisboa: Edições João Sá da Costa.
- Castro, I. (1987). Apresentação. In Castro, I., Duarte, I. & Leiria, I. (orgs.), *A Demanda da Ortografia Portuguesa. Comentário do Acordo Ortográfico de 1986 e subsídios para a compreensão da Questão que lhe seguiu* (pp. xi-xix). Lisboa: Edições João Sá da Costa.
- Cavalcante, M., Pinto, R. & Brito, M. (2018). Polêmica e Argumentação. Interfaces possíveis em textos midiáticos de natureza política. *Diacrítica, Argumentação e Discursos*, Braga, Portugal, v. 32, n. 1, 5-24. DOI: <https://doi.org/10.21814/diacritica.140>.
- Charaudeau, P. (1995a). Une analyse sémiolinguistique du discours. *Langages*, Paris, n. 117, pp. 96-111. DOI: <https://doi.org/10.3406/lgge.1995.1708>. Consultado em: www.patrick-charaudeau.com/Une-analyse-semiolinguistique-du,64.html. Acedido em: 10 de janeiro de 2020.
- Charaudeau, P. (1995b). Ce que communiquer veut dire. *Revue des Sciences Humaines*, [S.l.], n. 51, 1-6. Consultado em: www.patrick-charaudeau.com/Ce-quecommuniquer-veut-dire.html. Acedido em: 10 fev. 2020.
- Charaudeau, P. & Maingueneau, D. (2002). *Dictionnaire d'Analyse du Discours*. Paris: Éditions du Seuil.
- Charaudeau, P. (2006). El contrato de comunicación en una perspectiva lingüística: Normas psicosociales y normas discursivas. *Opcion*, Maracaibo, Venezuela, v. 22, n. 49, 38-54. Consultado em: www.dialnet.unirioja.es. Acedido em: 7 dez. 2019.
- Costa, J. F. (2021). Afinal, o que é o populismo? Consultado em <https://www.ffms.pt/blog/artigo/85/afinal-o-que-e-o-populismo>. Acedido em: 13 de jan. de 2021.
- Cristóvão, F. (s.d.). *Dicionário temático da Lusofonia*. Lisboa: Texto Editores.
- Dascal, M. (2005). The balance of reason. In Vanderveken, D. (org.). *Logic, Thought and Action* (pp. 27-48). Netherlands: Springer. DOI: https://doi.org/10.1007/1-4020-3167-X_2.
- De la Torre, C. (2003). Masas, Pueblo y democracia: Un balance crítico de los debates sobre el nuevo populismo. *Revista de Ciencia Política XXIII*, 1, 55-66.
- Dockendorff, A. & Kaiser, V. (2009). Populismo en América Latina. Una revisión de la literatura y la agenda. *Revista Austral de Ciencias Sociales*, 17, 75-100.
- Doury, M. (2012). Preaching to the Converted. Why Argue When Everyone Agrees?. *Argumentation*, [S.l.], v. 26, n. 1, 99-114. DOI: <https://org.doi.10.1007/s10503-011-9237-4>.
- Emiliano, A. (2008). *Foi Você Que Pediu um Acordo Ortográfico?*. Lisboa: Guimarães Editores.
- Estrela, E. (s.d.). *A questão ortográfica. Reforma e acordos da Língua Portuguesa*. Lisboa: Editorial Notícias.

- Fonseca, J. (1992). *Linguística e texto/discurso: teoria, descrição, aplicação*. Lisboa: Instituto de Cultura e Língua Portuguesa.
- Fonseca, J. (1994). Dimensão accional da linguagem e construção do discurso. In Fonseca, J., *Pragmática Linguística. Introdução, teoria e descrição do português* (pp. 127-128). Porto: Porto Editora.
- Fonseca, J. (org.) (1998). *A Organização e o funcionamento dos discursos. Estudos sobre o Português*. Porto: Porto Editora. Tomos I, II, III.
- Galito, M. S. (2017). Populismo. Conceptualização do Fenómeno. Working Paper CEsa CSG 158 / 2017. Consultado em <http://pascal.iseg.utl.pt/~cesa/index.php/menupublicacoes/working-papers> Acedido em: 15 de jan. de 2021.
- Gil, I. T. M. F. C. (2018) *Discurso, conflito e argumentação*. Das emoções no(s) discurso(s) em contexto referendário (Tese Doutoramento em Linguística. Faculdade de Filosofia e Ciências Sociais da Universidade Católica Portuguesa, Braga).
- Goffman, E. (1967). *Interaction ritual*. Nova Iorque: Pantheon Books.
- Gomes, F. Á. (2008). *O Acordo Ortográfico*. Porto: Edições Flumen.
- Hermet, G. (2001). Del populismo de los antiguos ao populismo de los modernos. In *Del populismo de los antiguos al populismo de los modernos* (pp. 13-34). México: El Colegio de México, Centro de Estudios Internacionais.
- Jacquin, J. (2011). Le/La polémique: une catégorie opératoire pour une analyse discursive et interactionnelle des débats publics?. *Semen, Revue de Sémio-Linguistique des Textes et Discours*, Bensaçon, v. 31, 43-60. DOI: <https://doi.org/10.4000/semn.9085>. Consultado em: www.journals.openedition.org. Acedido em: 3 jan. 2020.
- Kerbrat-Orecchioni, C. (1980) *La polémique et ses définitions*. La parole polemique. Lyon: Presses Universitaires de Lyon.
- Kerbrat-Orecchioni, C. (1992). *Les interactions verbales*. T. I. Paris: A. Colin.
- Kerbrat-Orecchioni, C. (2001). *Les actes de langage dans le discours*. Paris: Nathan Université.
- Knight, A. (1998). Populism and Neo-Populism in Latin America, Especially Mexico. *Journal of Latin American Studies*, 30, 2, 223-248.
- Laclau, E. (1987). Populismo y transformación del imaginario político en América Latina. *A Journal of Latin American and Caribbean Studies*, 42, 25-38.
- Laclau, E. (2005). *La Razón Populista*. México DF: Fondo de Cultura Económica.
- Laclau, E. (2006). La deriva populista y la centro izquierda latino-americana. *Nueva Sociedad*, 205, 57-65.
- Maingueneau, D. (1983). *Sémantique de la polémique*. Lausanne: Éditions l'Âge de l'Homme.
- Maingueneau, D. (1984). *Genèses du discours*. Bruxelles: Pierre Mardaga.
- Maingueneau, D. (1991). *L'analyse du discours*. Paris: Hachette.
- Maingueneau, D. (2002). Problème d'éthos. *Pratiques*, Paris, n. 113, 55-68. DOI: <https://doi.org/10.3406/prati.2002.1945>.
- Maingueneau, D. (2005). As categorias da análise do discurso. In Menéndez, F. M. (org.). *Análise do Discurso* (pp. 82-105). Lisboa: Hugin Editores.

- Malaca Casteleiro, J. & Dinis Correia, P. (2007). *Atual. O novo acordo ortográfico*. Lisboa: Texto Editora.
- Micheli, R. (2011). Quand l'affrontement porte sur les mots en tant que mots: polémique et réflexivité langagière. *Semen, Revue de Sémio-Linguistique des Textes et Discours*, Bensaçon, v. 31, 97-112. DOI: <https://doi.org/10.4000/semen.9164>. Consultado em: www.journals.openedition.org. Acedido em: 3 jan. 2020.
- Mude, C. & Kaltwasser, C. (2017). *Populismo. Uma brevíssima Introdução*. Gradiva.
- Ninitas, M. (2020). 'Troca de galhardetes'. Para o estudo da violência verbal na polémica sobre o Acordo ortográfico em Portugal. *Revista de Estudos de Linguagem, Violência Verbal*, 28 (4), 1873-1912, Belo Horizonte/Minas Gerais.
- Palma, E. V. F. B. (2010). *Acordo Ortográfico: um puzzle de oito cabeças*. (Dissertação Mestrado em Ensino do Português como Língua Segunda e Estrangeira. Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa, Lisboa).
- Palrilha, S. M. R. (2009). *Contributos para a análise dos actos ilocutórios expressivos em português*. (Dissertação Mestrado em Linguística e Ensino. Universidade de Coimbra, Faculdade de Letras, Coimbra). Consultado em: <http://www.uc.pt/uid/celga/recursosonline/dissertacoes/dissertacoesdemestrado/silveriamariaramospalrila>. Acedido em: 28 dez. 2019.
- Ramos, R. (2000). O discurso de opinião como discurso polémico: aspectos da sua configuração e da interacção social. *Cadernos do Noroeste*, Braga, v. 14, n. 1-2, 235-247. DOI: [https://org.doi.10.17231/comsoc.2\(2000\).1398](https://org.doi.10.17231/comsoc.2(2000).1398)
- Ricardo, D. (s/d). *O Novo Acordo Ortográfico*. Lisboa: Lisgráfica.
- Ribeiro, H. M. S. N. (1994). *Da linguagem em questão à questão da linguagem*, reflexões a propósito da polémica sobre o "Acordo Ortográfico". (Dissertação Mestrado em Comunicação Social. Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa, Lisboa).
- Roberts, K. (1999). El neoliberalismo y la transformación del populismo en América Latina. El caso peruano. In *Populismo y neopopulismo en América Latina; el problema de la Cenicienta* (pp. 375-408). Buenos Aires: Editorial Univerisitaria.
- Rodrigues, S. V. (2008). *Estrutura e funcionamento da interacção verbal polémica*. Contributo para o estudo da polemicidade em Camilo Castelo Branco (Tese Doutoramento em Linguística. Faculdade de Letras, Universidade do Porto, Porto).
- Searle, J. R. (1969). *Speech Acts: An Essay in the Philosophy of Language*. Cambridge: Cambridge University Press. DOI: <https://doi.org/10.1017/CBO9781139173438>
- Seara, I. R.; Marques, I. S. (2015). Guerre ou paix autour de l'accord orthographique au Portugal. Étude des modalités dans les polémiques verbales. In Araújo Carreira, M. H. (org.). *Faits de langue et de discours pour l'expression des modalités dans les langues romanes*. Paris: Université Paris 8 – Vincennes Saint-Denis, n. 60, 435-455.
- Weyland, K. (2001). Clarifying a Contested Concept: Populism in the Study of Latin American Politics. In *Comparative Politics*, 34, 1, 1-22.

LIVROS, POLÍTICA E POPULISMO: A 'NOVA' DIREITA BRASILEIRA E SEUS *BEST SELLERS*

Luzmara Curcino*, Thiago Augusto Carlos Pereira**

1. Introdução

“A direita brasileira que saiu do armário não para de vender livros”. Este é o título de um artigo publicado, em 2015, no jornal *El País* (Borges 2015). Nele se destaca um fenômeno político de natureza editorial, ou ainda um fenômeno editorial de natureza política. Ele se refere à expansão e consolidação de um segmento livreiro orientado para um público de leitores identificados ou com potencial de identificação ao gradiente político que vai da direita à extrema-direita. Trata-se de um crescimento em nada negligenciável tanto na variedade de lançamentos de títulos, quanto no número de suas tiragens e vendas.

A visibilidade recente adquirida por este segmento editorial e o crescimento de seu público leitor são índices desse refluxo político que hoje testemunhamos em boa parte do mundo.¹ No Brasil, não foi diferente. Na última década, ocor-

* Professora Associada, docente no Departamento de Letras e no Programa de Pós-Graduação em Linguística da Universidade Federal de São Carlos – SP – Brasil. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3555-1446>.
luzcf@ufscar.br

** Doutorando no Programa de Pós-Graduação em Linguística da Universidade Federal de São Carlos – SP – Brasil. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7555-7765>
augustopereira.eu@hotmail.com

1 Cf. Plasseraud (1986) e Salvi (2016) em relação ao cenário francês. Esta última observa que um sintoma eloquente das mudanças porque passou a edição francesa nos últimos anos é o de que a produção de livros de pensadores neorreacionários, de extrema-direita, “longe de ser algo chocante, ao contrário, acabou por impregnar os catálogos das casas de edição clássicas” (2016, p.115). A aquisição de ações das editoras francesas tradicionais por grandes grupos de editores internacionais impôs um outro modelo de negócio, de modo que, conforme afirma Jean-Yves Mollier “um autor de extrema direita que vende bem será publicado por qualquer editor” (*apud* Salvi 2016, p. 119). Essa opinião é compartilhada por Daniel Lindenberg, para quem “os editores atuais são mais comerciantes do que ideólogos. Eles se orientam em função do que tem potencial de venda e não hesitam, portanto, a publicar o que está em voga, e que antes só seria publicado por pequenas editoras conhecidas por sua reputação de direita ou de extrema-direita”. (Lindenberg 2009 *apud* Salvi 2016, p. 117).

reram vários acontecimentos motivados por livros e motivadores da produção de livros que tinham em comum seu antiesquerdismo: i) em 2013, o Brasil testemunha os protestos de maio, iniciados em São Paulo, que ganham dimensão nacional com a proliferação caótica de suas demandas e com a ausência de lideranças. Esses fatores propiciaram a recuperação midiática de suas pautas e o oportunismo eleitoral de grupos como o MBL – Movimento Brasil Livre, protagonista nas redes sociais e na convocação dos protestos anti-PT e pró-impeachment, fomentados financeiramente, conforme afirma Amaral (2016), por uma “rede de fundações de direita sediada nos Estados Unidos, a Atlas Network”; ii) em 2014, se inicia, se midiaticiza e se espetaculariza a Operação Lava-Jato, que forneceu a justificativa ‘moral’ para os insatisfeitos políticos: o combate à corrupção, atribuída exclusivamente a um partido e a uma figura política central; iii) neste mesmo ano, em 2014, se dá uma disputa eleitoral acirrada, com vitória apertada de Dilma Rousseff e o questionamento imediato desse resultado, por parte do candidato de direita derrotado, autointitulado candidato dos cidadãos de bem e pouco tempo depois envolvido em um escândalo de corrupção que, até o momento, não lhe impediu de seguir como deputado no Congresso brasileiro; iv) em 2016, ocorre o golpe parlamentar, jurídico e midiático, que destituiu a presidente eleita, com base no ‘crime’ da manobra fiscal conhecida como ‘pedalada’, o que foi feito comumente pelos presidentes anteriores e voltou a ser feito pelos que se seguiram a sua destituição; v) em 2018, são realizadas novas eleições presidenciais e o candidato favorito nas intenções de voto, o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, é preso pela Lava Jato e impedido de manter sua candidatura, quando então é eleito o candidato de extrema-direita, Jair Bolsonaro, para muitos um ‘azarão’ da corrida política, que dispôs de uma logística de viabilização de sua vitória semelhante à que foi responsável pela vitória de Trump nos EUA e do Brexit na Inglaterra, subsidiada por recursos tecnológicos em nada negligenciáveis, inusitados em sua escala e segmentação de público até então ainda não usados em campanhas anteriores², com disparos em massa e frequentes, em diversas redes sociais, das então conhecidas *fake news*, dedicadas especialmente à demonização de seus adversários políticos e da esquerda.

Todos esses acontecimentos anteriores à vitória de Bolsonaro fomentaram a proliferação de títulos de obras de interesse da direita, e essa onda de publi-

2 Um dos pontos em comum é o papel de gurus como Steven Bannon, pivô no caso da Cambridge Analytica, empresa envolvida no escândalo do roubo de dados de milhões de usuários do Facebook, usados para fazer diversas campanhas políticas com base nos dados desses perfis.

cação de títulos de autores desse segmento participou da gestação do bolsorismo.³ Vimos emergir um filão de livros em quase todas as grandes casas de edição do país, cujos títulos e autores passaram a figurar nas listas de mais vendidos, cujas edições foram expostas nas vitrines e bancadas centrais das grandes livrarias do país e se encontravam também nas livrarias de aeroporto e em bancas de jornais etc. Seus autores celebrados ou em ascensão se tornaram vedetes em eventos de lançamento de seus livros, alguns deles com enorme cobertura midiática⁴, de modo semelhante ao que em geral ocorre com autores de *best sellers* de ficção, assediados para conceder entrevistas a jornais e revistas, agraciados com fã-clubes virtuais. Esses livros também se tornaram fonte de citações para uso em redes sociais, como fornecedores da fraseologia que alimenta a adesão e a identificação de (e)leitores com os autointitulados conservadores e cidadãos de bem, que voltam a ostentar o título 'de direita', o que foi durante um bom tempo recusado ou omitido, ou dito de maneira discreta. Orgulhosos, esses (e)leitores assumem-se como parte da 'nova direita'.

Neste epíteto 'nova direita', há tanto uma rejeição quanto uma afirmação em relação ao pertencimento e à condição de ser de 'direita': por um lado, nega-se a condição pura e simplesmente de 'direita', da 'antiga direita', considerada pelos 'novos' como muito tímida e na defensiva, muito tempo 'dentro do armário'; por outro, afirma-se o orgulho da 'direita' quando entendida como o oposto radical à 'esquerda', ou mais especificamente a uma caricatura da 'esquerda'. O acréscimo do qualificativo 'novo' explora o caráter semântico eufórico desse adjetivo, que atua de modo a ressignificar os sentidos outrora negativos que teriam se depositado na palavra 'direita', advindos da história recente, no caso do Brasil, das denúncias nas décadas posteriores à Ditadura Civil-Militar dos crimes cometidos pelo Estado neste período.

3 Conforme observou Vitor Ceí, “depois de 13 anos com Presidentes da República do Partido dos Trabalhadores, autodeclarado de esquerda, há relativa hegemonia cultural da direita e ascensão do reacionarismo. Tal hegemonia pode ser vista nas listas de *best-sellers* e nas vitrines das livrarias de shopping centers, exibindo livros de militantes neoliberais, conservadores ou reacionários como Rachel Sheherazade, Leandro Narloch, Olavo de Carvalho, Reinaldo Azevedo, Rodrigo Constantino, Lobão, Danilo Gentili, Ricardo Amorim e Luiz Felipe Pondé, dentre outros.” (2017, p. 207).

4 O livro intitulado “Lava-Jato: O juiz Sergio Moro e os bastidores da operação que abalou o Brasil”, pela editora Primeira Pessoa/ Sextante, escrito por Vladimir Netto, repórter da Globo em Brasília, filho da jornalista Miriam Leitão, também da Globo, foi tema de notícia nos principais veículos de comunicação do país, principalmente no Grupo Globo, o maior conglomerado de mídia do país e da América Latina. O elogio a Sergio Moro, cuja imagem de rosto em close e ampliada ocupa a capa, lançado no ápice da midiaticização da operação Lava-Jato, rendeu ao livro o posto de mais vendido na categoria não-ficção e roteiro de série da Netflix.

Esses sentidos foram vividos como uma espécie de ‘vergonha’ temporária de se ostentar esse título. Disso derivou um seu uso discreto como autodesignação, mas que foi convertido, nos dias de hoje, e de modo bastante sagaz, em ‘orgulho’ desculpabilizado, proveniente de um processo, segundo termos de Safatle (2018), de “desrecalque conservador de setores da sociedade brasileira”, desrecalque ruidoso, originado de uma nostalgia de um passado ‘moral’ idealizado, orgulhoso do título de ‘conservador’, resultante e tornado evidente pela expansão dessa produção livresca específica e pela consolidação desse segmento de público consumidor de livros, assim como de outros produtos derivados desse objeto cultural.⁵

Essa designação de ‘nova direita’ foi assumida pelos próprios membros do grupo assim caracterizado. Com ela se evita o que haveria de negativo e disfórico nas designações ‘direita’ e ‘extrema direita’, que lhe equivalem ou equivalem a partes que alguns intelectuais orgânicos da direita visam distinguir no interior daqueles que se identificam sob este rótulo de ‘nova direita’. Essa distinção se faz no âmbito cultural. Entre as palavras de ordem dos autores deste segmento encontra-se a de fornecer “outra visão” em contraponto às ideias de

5 Faz parte desse conjunto de produtos culturais derivados dos livros ou que se valem do valor simbólico dos livros uma série de produções, como a série da Netflix baseada no livro sobre a Lava-Jato, que mencionamos em nota anterior, mas também as produções audiovisuais da Produtora Brasil Paralelo, fundada em 2016 no auge do golpe que destituiu a presidente Dilma Rousseff. Essa produtora se especializou, entre outros, na produção de filmes e séries do gênero ‘documentário’, com o objetivo “de ensinar milhões de brasileiros”, tal como afirmam em seu site onde estão acessíveis gratuitamente nove séries e filmes, um deles claramente negacionista e anti-intelectualista, intitulado “1964: O Brasil entre armas e livros”, no qual ‘ensinam’ como a Ditadura Civil-Militar ganhou a guerra política contra os comunistas, mas teria perdido a guerra cultural, já que os livros, os intelectuais, as universidades e as escolas teriam sido cooptados pelos comunistas e teriam assumido como verdadeira a narrativa condenatória dos agentes da Ditadura, que na visão assumida no filme deveriam ser vistos como heróis. Essas produções foram decisivas na eleição de Bolsonaro e são fundamentais para sua manutenção no governo. A abordagem revisionista de viés negacionista de suas narrativas apela ao conspiracionismo para justificar a necessidade de passar a limpo o passado. Para validarem suas afirmações, exploram colagens de notícias de jornais e revistas da época, como sendo documentos históricos, dados objetivos, dizeres verdadeiros, mas também exploram o valor simbólico do ‘livro’, do status do ‘autor’, da especificidade do gênero ‘documentário’, como elementos de veridicção e validação de suas narrativas. Algumas dessas produções foram adquiridas e transmitidas na TV Escola, do governo federal (Cf. <https://theintercept.com/2020/03/01/allan-terca-livre-governo-bolsonaro/>). O orgulhoso ideólogo e a quem se atribuiu o título de mentor dessa onda da ‘nova direita’ no Brasil, Olavo de Carvalho, autor de vários livros desse segmento, ostenta de maneira peculiar sua cultura livresca nos cursos online que ministra há quase duas décadas. Esses livros ainda fornecem para as páginas de grupos de direita e de extrema direita uma fraseologia que se multiplica em postagens difundidas em uma ampla gama de redes sociais virtuais, fraseologia não apenas retirada desses livros como também por eles ‘validadas’, uma vez que o livro é considerado mais legítimo como objeto cultural, como fonte insuspeita e fidedigna de informações.

esquerda por eles concebidas como dominantes em nossa sociedade. Encontra-se também outra: a de “exercer o direito à livre expressão”. A direita vai a campo, e o faz com vistas a “intervir no ambiente universitário e na disputa intelectual”, já que

não há pensamento político sem teorias de suporte, sem porta-vozes, sem literatura, sem instituições e sem mecanismos de reprodução de sua visão de mundo. Nessa empreitada surgem muitos investimentos da nova direita brasileira: na criação de institutos, sites e blogs conservadores e liberais; na formação de uma rede editorial e na produção de textos (nacionais ou internacionais); na preparação de quadros e atuação junto à juventude; na disputa por espaço na arena acadêmica e intelectual. (Cepêda 2018, p. 59)

Nos anos 80, nos embates anteriores e contemporâneos aos governos de Ronald Reagan e Margaret Thatcher, o sintagma ‘new right’ já vendia livros no contexto anglo-saxão, conforme Viguerie (1981). A expressão foi empregada, segundo Taguieff (1993, p. 3), para caracterizar a postura de “neoconservadores economicamente liberais e culturalmente reacionários defensores de uma ‘ordem moral’ de base religiosa”. Na Europa, a ‘nova direita’, associada também a posturas tradicionalmente fascistas, como observou Eco (1998), adotou sobretudo o nacionalismo, o militarismo e as retóricas autoritárias no curso de sua apologia a preconceitos étnicos, de classe, de gênero e políticos. Na França, essa onda explorou a fobia de uma ‘invasão’ de imigrantes e o ódio a esses grupos, em especial aos árabes-africanos, segundo Taguieff (1993). Em ambos os contextos, americano e europeu, se reativou um anticomunismo adormecido, delirante e radical. Como é consenso entre os autores que se ocuparam da caracterização do que tem sido nomeado como ‘nova direita’, é preciso entendê-la como fenômeno, não apenas em seus traços gerais e de ordem universal, mas sobretudo considerando as circunstâncias locais e culturais.

O que se vê instalado hoje no Brasil sob esse rótulo de ‘nova direita’ é uma espécie de guarda-chuva⁶ que abriga traços em comum com essas definições

6 Nos termos de Cepêda (2018, p. 52), “Se a nova direita saiu do armário é preciso lembrar que mesmo um único armário possui inúmeras prateleiras, onde repousam projetos, intenções, valores e concepções políticas heteróclitas. O termo nova exprime um novo cenário, alvos e meios de atuação, tais como a multiplicação de instrumentos de luta política. Nas últimas décadas somaram-se às disputas tradicionais (partidos, eleições e arenas estatais) e ao manuseio das retóricas de Hirschman, as mobilizações de massa, o recurso aos meios de comunicação das mídias sociais e os mecanismos da guerra híbrida. Quanto às prateleiras, o reconhecimento da heterogeneidade do campo nova direita (como fundamentalmente é todo campo político) abriu fissuras e disputas por seu patrimônio identitário e forçou a diferenciação entre subgrupos.”

dadas à tendência na Europa, mas de modo peculiar em terras tupiniquins, já que aqui ela opera em uma chave ‘fake’: a do falso nacionalismo (porque entreguista), a do falso moralismo comportamental (porque de fachada ou simplesmente amoral), a da falsa religiosidade (porque meramente instrumentalizada para fins políticos), a do falso popular (porque em geral coordenada por membros das elites econômicas do país e a seu serviço) a das falsas notícias e informações (porque inventadas, porque distorcidas, porque sabidamente irreais e mentirosas), explorando intensamente a boa-fé de grande parte da população, assim como incitando as emoções mais basilares, como o ódio e a revolta, canalizados para causas e atores específicos, nenhum deles com relação de causa e efeito efetivas e diretas com a miséria e degradação das condições sociais de vida dessa maioria da população brasileira visada e bombardeada com a retórica ‘fake’.

A emergência e caracterização desse movimento da ‘nova direita’ no Brasil, e em específico de sua expansão editorial⁷, acompanha a onda mundial de fortalecimento de discursos ultraliberais e ultraconservadores, sobretudo na Europa e na América do Norte (EUA). Na difusão de suas ideias e posições políticas, se observa o apelo a estratégias técnicas e tecnológicas atuais, a formas retóricas peculiares e a discursos específicos (Chaloub & Perlatto 2016), de modo a constituir um dispositivo contemporâneo que, como outros dispositivos, constitui um saber/poder que faz ver, crer, falar e fazer específicos. O seu escopo de ação é bastante amplo e sua força reside no poder de criar, reativar, fomentar e tornar socialmente verdadeiros e aceitáveis valores, crenças e comportamentos, alguns que acreditávamos superados, outros bastante condenáveis e paradoxais, que por isso circulavam em menor escala, com menos visibilidade, mantidos sobretudo em foro privado e relativamente contidos em seu potencial agressivo, sempre latente.

Essas crenças, valores e comportamentos, assumidos por essa ‘nova direita’ foram reativados e fortalecidos por diferentes meios, como o das redes sociais de grande popularidade hoje em dia. Nelas se emulam certos afetos, em detrimento da reflexão racional; se exploram os sentimentos de ceticismo e rela-

7 Um indício interessante da relevância que se atribui aos livros na consolidação das ideias da ‘nova direita’ é o lançamento de guias bibliográficos específicos com indicação de livros para este segmento (e)leitor. O exemplo bem-acabado disso se intitula “*Guia bibliográfico da nova direita: 39 livros para compreender o fenômeno brasileiro*”, lançado em 2017 pela editora Resistência Cultural e anunciado como um “antídoto contra a insanidade mental dominante”. Alunos de Olavo de Carvalho escreveram, prefaciaram e divulgaram amplamente o guia.

tivismo descredibilizando assim a política e inspirando a desconfiança nas instituições, em especial nas instituições do Estado democrático de direito; e com isso se conduz a uma revolta e indignação genéricas e alienadas, alimentadas pela multiplicação e difusão constante de teorias da conspiração insensatas, a ponto de se criar um ambiente de insegurança política, cultural e social, muito suscetível a soluções simplistas, populistas e, mais grave ainda, autoritárias e antidemocráticas.

Tais mudanças no cenário político não têm passado despercebidas às análises de conjuntura que se desenvolvem a esse respeito, desde os anos 80. Testemunhamos o surgimento de uma rica literatura crítica tanto sobre essa reviravolta do clima político que gestou a extrema-direita, quanto sobre os meios que permitiram essa virada. A psicanálise, o direito, a economia, a sociologia, a história, o jornalismo, a linguística são alguns dos campos teóricos que têm se dedicado a refletir sobre a caracterização e o fortalecimento desse segmento político da 'nova direita', da 'direita', da 'extrema direita' no cenário nacional e mundial. O fenômeno em sua amplitude é em larga medida difícil de depreender. Entre as razões caracterizadas como responsáveis por esse refluxo, no cenário brasileiro, destacam-se i) a exploração intensiva das emoções e, em particular, do ódio e do ressentimento como forças motrizes na política⁸, e ii) a exploração da produção e circulação de textos pelas novas mídias sociais.⁹

Se esses textos de apelo às emoções que são criados e distribuídos via redes sociais (muitos deles sem grandes preocupações éticas e de forma ainda inimputável pela inércia da justiça brasileira) são um dos grandes trunfos dessa 'nova direita' tupiniquim, isso não significa que outras formas de produção e circulação de textos não tenham desempenhado e ainda desempenhem papel

8 Sobre a exploração do ódio, conferir as reflexões sobre o ódio à democracia (Rancière 2014), o ódio à política (Ab'Sáber 2015, 2021), o ódio aos inimigos políticos (Teles 2018), o ódio como política (Gallego 2018), e a recorrência da agressividade na política e em relação à política (Sargentini & Chiari 2019), que cada vez mais se podem observar, nas redes e nas ruas, e que afetam cotidianamente as relações pessoais e sociais, marcadas por uma intensa e progressiva polarização. Cf. ainda Rocha (2021), para quem, essa retórica do ódio que caracteriza o bolsonarismo tem uma paternidade rastreável. Ela é herdeira da Lei de Segurança Nacional e do "sistema de crenças Olavo de Carvalho", para a promoção do qual os livros assumiram papel decisivo nesse processo.

9 Quanto ao uso estratégico das novas tecnologias digitais de produção e circulação de textos, em especial via mídias sociais, são vários os estudos que se dedicaram ao seu impacto sobre as eleições nacionais (Moura & Corbellini 2019) e internacionais, sobre o poder de influência na opinião pública, sobre os limites éticos que foram flexibilizados e rompidos em diferentes instâncias da vida privada e pública, sobre a concentração e domínio internacionais das empresas gestoras dessas tecnologias etc.

fundamental para a difusão dessas ideias, valores e comportamentos. Não se pode ignorar o papel, no fortalecimento e legitimação dessa ‘nova direita’, do livro impresso¹⁰, como objeto cultural e de propaganda, e dos títulos que nas últimas décadas compuseram a biblioteca desse segmento de (e)leitores.¹¹

Os livros impressos no cenário político atual tem um papel, sem dúvida alguma, relevante. Segundo a “lógica da convergência”, para empregarmos o termo de Jenkins (2009), eles não apenas atendem a um filão específico do mercado editorial, como também fornecem, em consonância com as novas mídias, tema e conteúdo, a serem explorados em diversos formatos nas redes virtuais, atuando como fonte erudita, insuspeita, fiável das postagens multiplicadas, difundidas e sobre as quais não paira a mesma tradição de fiabilidade.

A análise dessa produção bibliográfica característica do novo filão editorial da ‘nova direita’ é a nossa aposta de estudo atual¹², cujos resultados visam contribuir com as pesquisas sobre a leitura e o leitor no Brasil e com reflexões acerca da emergência (ou refluxo) dessa onda política que galvanizou o caminho do bolsonarismo no país. Neste capítulo, nos dedicaremos brevemente a refletir sobre o papel desempenhado por um livro e autor na tessitura do populismo bolsonarista.

2. O livro impresso e o populismo bolsonarista

Segundo essa lógica da ‘convergência’, o livro impresso destinado ao segmento de leitores da ‘nova direita’ – que tanto contempla os interesses desse grupo, como também atua na sua formação, em seu amálgama e em sua expansão – é

10 Segundo McLuhan (2007), o ‘meio’ deve ser levado em consideração quando se considera as especificidades das ‘mensagens’ que por seu intermédio circulam, já que os ‘meios’ constituem instâncias específicas de interação e modulam sua recepção ao emoldurar tais ‘mensagens’, de tal modo que a ‘mensagem’ de um livro se constitui também pelo fato mesmo de ela se apresentar sob a condição inequívoca do meio ‘livro’.

11 Um exemplo disso, é o caso do livro “*A verdade sufocada*” de Carlos Alberto Brilhante Ustra, coronel reformado do exército responsável por torturas e assassinatos realizados quando comandou o DOI-CODI. O livro não encontrou nenhuma editora que se dispusesse a publicá-lo. Por isso, a família precisou financiar suas tiragens. Segundo eles, o livro foi boicotado pelas livrarias na época do seu lançamento. Isso mudou após ter sido citado por Jair Bolsonaro durante seu voto pelo Impeachment de Dilma Rousseff, em 2016, quando então se torna o sexto livro de não-ficção mais vendido no Brasil, segundo o ranking do jornal Folha de São Paulo, de 03 de junho de 2016. Em 2018, chegou a sua 14.^a edição, com tiragens de até 20.000 exemplares, segundo a viúva do autor.

12 Este artigo resulta em parte do projeto de pesquisa em curso, intitulado “Livros e Política: o que lê a ‘nova direita’ brasileira”, desenvolvido em nível de doutorado junto ao Programa de Pós-Graduação em Linguística da Universidade Federal de São Carlos.

uma das frentes importantes de atuação conjunta em prol da massificação de posicionamentos. Ele se soma ao conjunto dos demais dispositivos culturais de produção e circulação de ideias. Ele pode não ser o protagonista em números absolutos, mas é peça-chave no xadrez da visibilidade e legitimidade do que se enuncia por seu intermédio. Seu lançamento, seu potencial de polemicidade, seu *status* cultural ensejam o típico 'façam bem ou mal, mas façam de mim', próprio da lógica midiática. Ao ser lançado e se tornar tema em redes sociais, entrevistas, ele catapulta também as ideias que defende e que são defendidas via outros meios, fornecendo-lhes o que continuar dizendo em ininterrupto.¹³ Os lançamentos de títulos e autores dessa biblioteca da 'nova direita' são organizados em sincronia, de modo a preencherem de forma progressiva e constante as listas de lançamentos de livros, as listas de mais vendidos, os convidados de programas de entrevistas, impondo uma presença regular e uma existência efetiva enquanto segmento editorial, tanto junto a um público de origem 'cativo', como a um público a ser formado, 'em potencial'.

Embora se possa minimizar o seu papel, em função da expansão do acesso e da produção permanente e em crescimento exponencial de textos eletrônicos no universo virtual, o livro impresso atua como um objeto cultural de grande força simbólica¹⁴ e de presença sensível junto a certos grupos sociais.¹⁵ Ainda que comumente se atribua a pecha de não-leitor ao povo brasileiro, o interesse crescente de multinacionais por ações em editoras brasileiras (Cassiano 2005), a multiplicação de títulos, lançamentos, autores e segmentos editoriais (Silva 2018), a agilidade na tradução de *best sellers* internacionais, o número de tiragens e de edições de algumas obras, para ficarmos apenas em alguns dados genéricos, são prova de que é preciso relativizar essa generalização e buscar descrever a complexidade do cenário livresco no Brasil (Marques Neto 2016).

O livro impresso é um dos objetos culturais de prestígio e um produto do mercado editorial de grande apelo porque, sem dúvida alguma, é meio eficaz de divulgação de pontos de vista e de circulação de argumentos, de temas e de explicações. Embora algumas possam ser questionáveis, ainda assim são

13 Sobre as estratégias editoriais de produção e lançamento de livros 'políticos', cf. Le Bart (2012).

14 Quanto ao poder simbólico do livro e sua mobilização nas esferas de poder, como a religião e a política, cf. Bourdieu (2001), Chartier (1999, 2009), Debray (2003), Eco & Carrière (2010).

15 As produções culturais (e mais especificamente o livro) possuem *coordenadas* bem definidas na cartografia das classes sociais em um dado tempo histórico e lugar. Assim, conforme Candido (2006, p. 46), a "necessidade, insuspeitada em muitos, de aderir ao que nos parece distintivo de um grupo, minoritário ou majoritário, ancorando a nossa reação no reconhecimento coletivo" é parte constitutiva das relações que nela se estabelecem.

credíveis junto a grupos que se identificam e que participam do processo de consolidação desses pontos de vista, argumentos, temas e explicações junto a seus contatos e redes sociais.

Como afirmamos, o livro também atua como instância simbólica de validação e enobrecimento dos pontos de vista por ele materializados. Tem ainda o poder, em função do fetiche da forma ‘livro’¹⁶, de consagrar aqueles que publicam nesse formato. Toda a divulgação da obra se converte em sua propaganda e em benefício das ideias que ela defende, por mais polêmicas que sejam.¹⁷ Aliás, quanto mais polêmicas, quanto maior for o seu potencial de espetáculo, maior será o apelo à curiosidade e maiores serão as chances de ampliação de sua circulação e de sua comercialização. Afinal de contas, o livro é, como qualquer outro objeto comercial, um produto. O negócio editorial, por isso, muitas vezes nem se sente na obrigação de justificar os tipos de livro que publicam e os efeitos políticos e culturais perversos que podem gerar. A consciência comercial se redime advogando muitas vezes o argumento – em tese, positivo – da importância da pluralidade de ideias em uma democracia.¹⁸

Assim, nesse dispositivo próprio da ‘nova direita’, são mobilizados diferentes instrumentos, sujeitos e instituições, com vistas a instituir um espaço amplo de existência de certas ideias, de certas narrativas justificadoras e validantes, de constituir uma dada ‘comunidade interpretativa’, de eleger adversários. Não poderia, portanto, haver melhor aliado para isso: i) do que o ‘livro’, especialmente como objeto e meio que dispõe de grande prestígio simbólico; ii) do que o ‘autor’, como figura de autoridade em uma sociedade cujo acesso à escrita e à publicação é ainda drasticamente limitado, e em que as distinções e hierarquias culturais têm significativo impacto social na justificação e naturalização das desigualdades; iii) do que as ‘editoras’, ‘livrarias’ e ‘bibliotecas’, como centros ‘insuspeitos’ que se ocupam da triagem e da circulação do que se deve/se pode ler; iv) enfim, do que a mídia, e sua lógica do espetáculo divulgam sobre essas obras, ao noticiar seus lançamentos, comentar sua recepção, entrevistar seus autores, cedendo-lhes por vezes espaço desmesurado e sendo cúmplice de sua ampla difusão.

O livro é, portanto, e ainda, um meio especial de difundir posicionamentos, de validá-los, de dar a ideias um certo lustre e ‘valor de verdade’. Como tal,

16 Segundo Debray (2003) o livro é um “grande fetiche manejável e terrível”, e para Bourdieu (2001) “o poder sobre o livro é o poder sobre o poder que exerce o livro”.

17 Esse aspecto foi criticamente antevisto por Debord (2000).

18 Conforme constata Mollier (s/d *apud* Salvi 2016), citado em nota anterior.

esse objeto se encontra no horizonte de expectativa de um grupo socioeconômica e culturalmente específico, em especial uma faixa importante da classe média brasileira escolarizada. Como dissemos, outros meios e técnicas foram essenciais para a difusão dessas ideias, valores e práticas identificados como 'nova direita', assumidos e saudados pela 'extrema-direita' do espectro político nos últimos tempos, junto a segmentos variados do eleitorado brasileiro, compreendendo sobretudo as classes populares, especialmente sensíveis ao bombardeio ininterrupto dos falsos apelos morais, religiosos e nacionalistas, que atuaram como 'cortina de fumaça' e como pauta prioritária das manifestações reacionárias, das disputas político-partidárias que sagraram a manutenção e expansão, na política nacional, do 'centrão' populista e oportunista e da extrema-direita reacionária, autoritária e ultraliberal.

Se a vitória da extrema-direita na última eleição presidencial, em 2018, no Brasil, foi obtida, entre outras razões, pela aposta calculada, pelo investimento pesado e pela falta de escrúpulos e de legislação sobre os usos indevidos de meios e tecnologias virtuais, mobilizando para isso dados dos cidadãos brasileiros que viabilizaram disparos em massa, mas segmentados, de *fakenews*, muitas sob a forma de *memes*, via aplicativos como *whatsapp* ou publicadas em mídias sociais como o *facebook* e difundidas e disponibilizadas sob a forma de *lives* do candidato e mito dos militantes de extrema-direita, e de seus apoiadores, por meio de plataformas como o *youtube*, o universo impresso não ficou devendo nessa tarefa. Ele foi amplamente representado, por um lado pelas revistas e jornais tradicionais, de circulação nacional como *Veja*, *Isto é*, *Época*, *O Globo*, *Folha de S. Paulo*, *O Estado de S. Paulo*, e pelas revistas e jornais locais e regionais, populares, de baixo custo, noticiosos, e replicadores das notícias desses maiores, tal como o mineiro *Super Notícia*. Foi também representado pelos livros, como os de segmento religioso (Almeida & Curcino 2019), e por aqueles mais variados em matéria de tema e gênero editorial do recém-constituído segmento político e bibliográfico da 'nova direita'. Sob esse rótulo, estão compreendidos uma variedade de gêneros, de biografias, passando pela autoajuda religiosa, por livros humorísticos, às compilações de textos publicados na mídia, em grande parte polêmicos por suas posições negacionistas, moralistas e de defesa de teses econômicas e comportamentais excludentes, hierarquizantes e normalizantes da exclusão e da hierarquização social e cultural dos sujeitos.

O resultado dessas eleições atuou como um testamento do triunfo dos esforços desse novo segmento político e editorial, legitimando-o junto ao

poder nacional, graças a sua habilidade e capacidade, entre outras, de agir em paralelo ao sistema tradicional de comunicação política, explorando as potencialidades dessas novas mídias sociais e pautando ou escanteando, em alguns momentos, as mídias massivas corporativas tradicionais, como os jornais e revistas impressos e os principais programas das redes de TV aberta, como ocorreu com os debates de campanha presidencial, relegados pelo candidato da extrema-direita sob a alegação de sua parcialidade.

Essa dita ‘nova direita’ soube reapropriar-se das mídias, e particularmente da via livresca. Fez do livro um vetor importante de suas ideias junto à classe média, público senão amplo, ao menos muito ativo em seu poder de influência. Parte significativa da classe média, “a classe dos privilégios”, na terminologia de Souza (2018), atua como zeladora da ideologia das elites dominantes e como catraca mantenedora das divisões sociais, justamente por ser e por aceitar ser “feita de imbecil” pela elite, ou seja, pelos “endinheirados”, como ele os nomeia. Para se legitimar, essa classe média é levada a acreditar, a aderir e a defender a meritocracia como chave explicativa exclusiva das diferenças de classe. Com medo de sua desclassificação, nessa hierarquia socioeconômica, ela se torna reativa a qualquer medida de ampliação de direitos ou melhoria de vida das classes pauperizadas, que com isso não forneceria mais os seus serviços a qualquer preço. É irradiadora, junto às camadas populares, da moral dominante que a elite prega, mas não segue (Souza (2017, 2018). É consumidora dessas ideias dominantes que difunde como suas, e isso via mídia corporativa e tradicional como também via livros.

A eficácia na difusão das ideias, valores e práticas dessa ‘nova direita’ relaciona-se, portanto, à orquestração de sua atuação direcionada, segmentada e específica para diferentes públicos, valendo-se de técnicas, tecnologias e objetos e produções culturais distintos. A cada classe, grupo ou segmento da sociedade foram oferecidos meios, objetos, gêneros discursivos e linguagens específicos. Explorando o desejo de “distinção” (Bourdieu (2007) de segmentos da classe média brasileira (muitas vezes não confessado) em relação à maioria pauperizada no país, e inflando sua autoimagem cultural de prestígio, a produção de livros contribuiu com essa lógica da distinção, criando uma fonte de (in)formação mais digna, seletiva, ‘vip’, além de legítima e legitimante. Grande parte do impacto da produção desses livros se deve a esse sentimento elitista de classe, que tantas vezes reiterou, sob a forma de preconceitos de classe explícitos, que o povo brasileiro, por ter elegido e reelegido, por quatro eleições, candidatos do Partido dos Trabalhadores, o fez por não lerem, não terem for-

mação adequada, e serem assim considerados incapazes de escolhas políticas racionais.

3. Livros e ideias, livros e política

Para a melhor compreensão de suas especificidades no atual campo político brasileiro não se pode ignorar a série de estratégias, sujeitos, instituições e ações, muito diversos entre si e alguns aparentemente de menor contorno ou impacto hoje em dia. O que justifica nosso interesse por analisar a consolidação de um segmento editorial de produção de livros para (e)leitores da 'nova direita', aqui exemplificado brevemente com um de seus títulos expoentes, é a importância de contribuir com esse debate político, social e cultural mais amplo, de modo a tanto avançar com os estudos da leitura, do livro e da produção editorial no Brasil¹⁹, quanto fornecer subsídios para uma mais bem consolidada apreensão da "saída do armário" dessa direita à direita, e de explicar sua habilidade em semear em terreno fértil suas ideias, gostos e posicionamentos, por diversos meios, entre os quais o livro, antes mais relacionado à seara da esquerda, meio este de valor simbólico incontestável e empoderante.

Na pesquisa geral, da qual deriva esta reflexão, buscamos um primeiro levantamento de títulos e autores que respondessem ao perfil dessa 'nova direita'. Nessa busca, nos deparamos com um conjunto de oferta de títulos bem amplo destinado a um público variado e complexo, composto de convertidos e de simpatizantes, mas também, ainda que em bem menor medida, de curiosos, de 'marinheiros de primeira viagem' e de seus opositores críticos. Buscamos levantar um rol de livros publicados nos últimos 20 anos, que, visando diretamente (ou não) a contribuir com as ideias, posicionamentos e ações da extrema-direita brasileira atual, compuseram uma espécie de 'biblioteca' básica dessa 'nova direita'. Para a escrita deste capítulo, recortamos desse conjunto de

19 Silva (2018) analisa o papel de destaque desempenhado pela editora Record na divulgação de livros desse segmento à extrema-direita, no cenário editorial brasileiro dos últimos anos: é "[...] inegável a grande aceitação e repercussão dos livros associados à nova direita [...] no Brasil." (p. 83). Rocha (2021), defende a tese de que a 'guerra cultural', principal eixo do governo Bolsonaro, se fundamenta em especial em um livro, o ORVIL, cujas teses sustentam uma série de outras produções, entre elas livros como o de Brilhante Ustra, "A verdade sufocada", que ocupa lugar de destaque na biblioteca da extrema direita. Nas palavras do autor, o "Orvil: tentativas de tomada do poder" é o "livro de cabeceira da família Bolsonaro" e é ele que fornece a narrativa e a linguagem própria ao movimento dessa nova direita emergente, linguagem "saturada de clichês anticomunistas" (Rocha 2021, pp. 28-29).

títulos um autor e um livro que sintetizam o tom da produção editorial desse segmento. Trata-se do livro que frequentou as *lives* de campanha de Bolsonaro e que esteve na mesa, ao lado da Bíblia e da Constituição, em sua *live* de vitória, quando este se declarou eleito à presidência, em 2018. Referimo-nos a um dos livros de Olavo de Carvalho, “*O mínimo que você precisa saber para não ser um idiota*”. Nossa reflexão recairá sobre o papel simbólico que a presença deste livro nas referências feitas pelo antes deputado, depois candidato e em seguida presidente eleito, Jair Bolsonaro, fez a esse autor e livro, em diferentes ocasiões, e especialmente na *live* após sua vitória.

Alguns acontecimentos de nossa história política recente justificam essa escolha. Relembramos aqui brevemente dois episódios. O primeiro foi protagonizado pelo representante eleito pelo Partido Social Cristão (PSC) do Mato Grosso, Victório Gallino, no curso da sessão que aprovaria o pedido de *impeachment* da presidente Dilma Rousseff pelos deputados federais em 2016. No ato de sua declaração de voto favorável ao *impeachment*, o deputado exibiu um livro ao qual atribuiu a inspiração para a decisão de seu voto. Essa sua atitude lhe renderia mais tarde o comentário elogioso (Moura 2016) do colunista da *Veja*, Felipe Moura Brasil, e também editor deste *best seller* “*O mínimo que você precisa saber para não ser um idiota*”, lançado em 2013, pela editora Record²⁰, de autoria do ideólogo da extrema-direita brasileira, Olavo de Carvalho.²¹ O segundo episódio é mais recente. Durante a auto transmissão que realizou de sua própria casa em comemoração pelo resultado das eleições de 2018, o então presidente recém-eleito, Jair Bolsonaro, exibiu quatro diferentes livros-símbolo: a Bíblia, uma versão impressa da Constituição Federal, um exemplar

20 O Grupo Editorial Record, segundo o seu site é um “dos maiores conglomerados editoriais da América Latina”, comportando diferentes editoras, algumas reconhecidas e tradicionais nos meios acadêmico-intelectuais. O grupo afirma sua “bibliodiversidade” de gêneros, segmentos e autores, com vistas a justificar sua condição de editora comercial, de capital misto, que acolhe e promove títulos, inclusive da extrema-direita, desde que vendam bem. E este vendeu muito bem. Ele conta inclusive com uma edição de luxo, capa dura, letras douradas e é classificado no conjunto “Ciências Sociais – Ensaios”.

21 Rocha (2021), ao descrever a linguagem empregada por este autor, afirma: “Em síntese de condensação incomum, entende-se o êxito excepcional de Olavo de Carvalho nas redes sociais. Seu estilo palavra-puxa-palavrão, o excesso de citações jamais aprofundadas, a metamorfose de querelas propriamente filosóficas em “tretas” ginásianas, a substituição de mediações conceituais por frases de efeito, o recurso onipresente a ideias-muleta (gramscismo, duplo padrão, globalismo, extrema imprensa, Lei Rouanet, hegemonia da esquerda, método Paulo Freire, socioconstrutivismo, anticomunismo, etc. etc. etc.) que dispensam a reflexão sistemática; enfim, Olavo de Carvalho encontrou na volatilidade do universo digital o meio mais adequado para sua pregação: casamento perfeito, prole numerosa.” (2021, p. 42, 43)

da autobiografia de Winston Churchill e este mesmo *best seller* que o deputado de seu partido havia aludido dois anos antes. Como constatou Curcino (2019), essa não tinha sido a primeira vez que Jair Bolsonaro indicara em suas *lives* a leitura de alguns títulos e autores, ou aludira àqueles a que se devia criticar e repudiar.²²

Episódios como estes sugerem uma preocupação comum desta 'nova direita' com os livros e suas ideias, com o potencial simbólico e técnico dos livros como difusores de visões de mundo, e com o perfil leitor a que se destinam ou que visam formar. Eles sugerem ainda que o livro desempenhou um papel decisivo na eleição do atual presidente do Brasil.

4. Bolsonaro, seu anti-intelectualismo e sua inspiração olaviana

Uma das características que permitem definir um populista é seu antagonismo em relação a uma elite. A elite eleita por Bolsonaro é a intelectual. Esse seu anti-intelectualismo tem uma origem e uma herança facilmente localizáveis, porque ostentadas. Seu anti-intelectualismo é uma versão repisada da cartilha olaviana ou, para empregar os termos de Rocha (2021), do “sistema de crenças Olavo de Carvalho”.

O populista – para constituir sua imagem como alguém do povo, como porta-voz do povo ou como alguém que compreende, ouve e se comove com os apelos do povo e que agiria em seu nome, falando sua língua, reproduzindo os gestos que se lhe atribui como autênticos – também precisa se erigir e se colocar contra aqueles que seriam inimigos do povo. Bolsonaro investiu singularmente na construção desses inimigos: comunistas, petistas, movimentos sociais, professores, jornalistas, todos, segundo sua lógica distorcida, representantes do esquerdismo e contumazes doutrinadores. Diferentemente dos populismos de esquerda, ele não antagonizou com as elites econômicas, definindo de um lado ‘nós’ (povo, pobre, trabalhadores, maioria, explorados), do outro ‘eles’ (elite econômica, ricos, patrões, minoria, exploradores). Os rivais do povo que ele elege e denuncia não são os abastados, os milionários, os ricos, os donos do capital especulativo, os que não pagam impostos, os que enviam seus lucros bilionários, alguns obtidos em negócios escusos, para paraísos fiscais. Os rivais fazem parte de uma outra elite, da elite cultural.

22 A respeito da exploração simbólica dos livros, da indicação de leituras aos militantes e da detração de outros títulos e autores na campanha de Jair Bolsonaro, cf. Curcino (2019).

As elites culturais, na caricatura bolsonarista, são compostas por jornalistas, professores, artistas, acadêmicos, estudantes, funcionários públicos, designados, todos, sob o rótulo simplista de ‘comunistas’. Todos eles seriam, segundo essa caricatura, uma ameaça aos valores do povo: à família tradicional, à religião, aos preceitos morais, aos gostos e hábitos sãos, originários, enfim, populares. As elites culturais seriam compostas daqueles que não produzem nada útil e necessário ao país. Ao contrário, eles viveriam de aparelhar ideologicamente o estado e de usurpar e de drenar os seus recursos, pelo custo de seus salários e por meio de leis de incentivo fiscal; eles seriam os responsáveis por difundir ideologias perversas, subversivas, amorais junto às escolas, que atentariam contra as bases tradicionais, cristãs e da família.²³

O populismo bolsonarista é, segundo Rocha (2021), marcado pela retórica da “guerra cultural”, motivada por um ressentimento intelectual e um revanchismo político e histórico inspirados especialmente por um livro, o “*Orvil: tentativas de tomada do poder*”, concebido no final dos anos 1980, por uma junta militar ultraconservadora liderada pelo então ministro do exército Leônidas Pires Gonçalves, com uma finalidade específica, a de combater a narrativa de outro livro, lançado alguns anos antes, em 1985, intitulado, “*Brasil nunca mais*”, escrito por várias lideranças políticas e religiosas denunciando os crimes de tortura, morte e desaparecimento de presos políticos na ditadura militar. Essa obra negacionista, o ‘*Orvil*’, não pôde ser publicada à época quando foi escrita, embora tenha circulado amplamente, de forma clandestina, sobretudo entre militares do exército. Ela forneceu uma contranarrativa da história, segundo a qual o exército brasileiro teria agido como agiu em nome do Brasil, para salvá-lo da ameaça de golpe comunista, e isso em pelo menos cinco ocasiões de nossa história.

Com a mudança de terreno na política, de sua circulação clandestina e envergonhada, essa obra é então publicada e passa a figurar entre os *best sellers* da política nacional. Sua versão conspiratória do eterno inimigo – o comunismo –, seu revisionismo histórico de viés negacionista, seu tom revanchista e ressentido contra intelectuais e artistas se congraçam com a retórica reativa de Olavo de Carvalho, figura central nessa bibliografia da ‘nova direita’. É este quem fornece a retórica anti-intelectualista assumida por Bolsonaro e seus seguidores.

23 A retórica de segmentos como o “Escola sem partido” é exatamente esta.

Não ser reconhecido por essa elite e por suas instituições formais, como a Universidade, como sendo um dos seus, parece ser a base do simulacro desse seu adversário, e de outros, como observado por Dunker (2018). Os ataques de Olavo de Carvalho, generalizados ou direcionados a importantes intelectuais acadêmicos brasileiros, visam lhe garantir estatuto análogo, equivalente a esses que ele detrata em seus textos. Essa detração canhestra e ressentida das competências de seus alvos produziria a ilusão de ótica de superioridade desse crítico em relação aos intelectuais a que se refere. Pivô nessa 'guerra cultural', o ideólogo demonstra dispor de senso de oportunidade e de domínio técnico suficientes na promoção das ideias de base do bolsonarismo. Ele pode assim assumir a paternidade e os louros de "artífice de uma retórica do ódio", nos termos de Rocha (2021), prática bem-sucedida na difusão de uma dessacralização debochada e reativa de intelectuais, professores, obras e instituições que ele elege como seus inimigos.

O anti-intelectualismo populista de Bolsonaro é assim herdeiro da retórica bélico-cultural promovida por Olavo de Carvalho contra o que designa como "marxismo cultural". O anti-intelectualismo do primeiro é expresso em uma versão abreviada e empobrecida argumentativamente, ainda que grandemente mimética e hostil na mesma medida que a do segundo. Enquanto Bolsonaro, seu clã e parte dos seus seguidores se restringem a bravatas do fraseado livresco, não sustentadas na leitura efetiva da maioria esmagadora dos livros e autores a que eventualmente aludem, seu ideólogo e *digital influencer* arca com o papel de mentor intelectual, o que lhe exige a autoconstrução de um *ethos* que lhe equivalha. Por essa razão, o ideólogo do bolsonarismo tem um anti-intelectualismo específico, fundado em uma verdadeira fixação por todos os símbolos da 'alta' cultura letrada.

Ao se autoneamar filósofo, ele valida os títulos intelectuais e tradicionais de prestígio. Para justificar sua falta de diploma, ele critica o que chama de "histórica adoração de diplomas" e a arrogância da "crença de ausência de inteligência fora do ambiente universitário" (Rocha 2021). Diante de sua estante de livros, suas aparições virtuais o representam como típico intelectual cercado de muitos livros. Quando enuncia, convoca uma pletera de citações de autores, alguns deles de restrita circulação, em alusões prolixas e herméticas a conceitos, sem sua devida contextualização ou definição, com ares de uma pseudopropriedade acadêmica, em uma sintaxe alternada com palavras de baixo calão. Essas citações têm um efeito mais estético do que lógico, porque são capazes de impressionar justamente por sua inacessibilidade e impossibi-

lidade de sua compreensão por aqueles não familiarizados com esse universo acadêmico e sua linguagem. Para Dunker (2018), há um uso inconsequente dessas referências e “essa inconseqüência com os conceitos está longe de ser apenas um vale tudo acadêmico, ela é uma prática específica de relação com a palavra. [...] não é só falta de rigor ou pirotecnia retórica, é a corrupção como irresponsabilidade intelectual.”

Toda a simbologia e ritualística intelectuais e institucionais da academia estão ali ostentadas e atualizadas nas *lives* de Olavo de Carvalho, inclusive o apelo aos gêneros acadêmicos: artigos, livros, aulas, cursos. Trata-se de uma relação aparentemente paradoxal: uma obsessão pelos símbolos e rituais acadêmicos, um fetiche por seu poder simbólico, acompanhada de uma anulação de seus sujeitos, dos intelectuais que atuam no campo acadêmico. Diante de seu não reconhecimento nesse universo acadêmico, ele o recria, em paralelo, ao seu gosto e estilo.

Seu anti-intelectualismo, assim como o do presidente e de seus seguidores, não dispensa o poder simbólico do livro e dos demais símbolos do universo letrado. Mesmo as imprecisões mais populistas do então candidato e atual presidente parecem lhe exigir algum lastro ilustrado, ainda que *fake*, e Olavo de Carvalho foi a fonte para isso, tanto na indicação dos livros a se condenar quanto dos livros a se recomendar, e isso com diferentes objetivos.²⁴

Nas *lives* de campanha e de vitória, Bolsonaro se fez representar em situações banais e cotidianas, como pessoa comum, com hábitos e gostos simples, e avesso aos protocolos e formalidades, em geral relacionados às classes privilegiadas, às elites culturais. Vídeos amadores, cenários caseiros, cenas do dia a dia, isso tudo em consonância com a formulação de discursos curtos, enfáticos, assertivos com uma linguagem muitas vezes vulgar, e convocando temas do cotidiano, polêmicos e submetidos a crivos morais quase sempre atrelados à religião, como o aborto, o porte de armas, a maioria penal, a corrupção, a homossexualidade, e tantos outros. Tudo isso contribuiu para compor o seu *ethos* ‘popular’. Bolsonaro fala ao povo e busca fazê-lo mimetizando uma representação distorcida do que é o povo, em uma reprodução estereotipada do que é ser povo. E o cenário dessas transmissões é um exemplo dessa ideia estereotipada de povo.

24 Tal como analisado por Curcino (2019), a referência aos livros nas *lives* de Bolsonaro ora visava seu potencial de prova contra adversários, ora atuava em cumprimento ao rito e ao protocolo do gênero discurso de vitória, ora para indicação de leitura para seus seguidores, ora como objeto de homenagem e de reconhecimento de seu papel na política.

Na mesa, se encontram vários objetos esparramados, desorganizados, e que se alternam de um vídeo a outro: canetas da marca *bic*, papéis, celulares, apostilas, fitas adesivas, carregadores de celular, óculos, copos de plástico, e outros objetos menos previsíveis como uma raquete elétrica para matar mosquitos, uma bola de tênis, um alicate, um candelabro de sete pontas e uma lata de leite condensado. Além desses objetos, veem-se também livros. Os livros compõem quase todos os cenários dessas 'transmissões' de campanha e das primeiras gravadas logo após a eleição.

A presença de livros como importante ornamento simbólico em pronunciamentos de outros políticos não é novidade. A novidade reside nos diferentes papéis desempenhados por esses livros nesses vídeos. Eles não estão lá para mostrar Bolsonaro como leitor. Ele não quer se fazer passar como fazendo parte dessa elite intelectual contra a qual ele desfere duros e frequentes golpes. Os livros nas *lives* do candidato Bolsonaro têm, principalmente, duas funções: 1) são livros que são usados como prova do que se denuncia em relação aos seus adversários; 2) são livros de seus apoiadores, que estão lá, como em uma vitrine, para serem promovidos. Já os livros nas *lives* do candidato eleito têm duas outras funções: 1) há aqueles que estão lá para cumprir um dado protocolo, um ritual da circunstância e do cargo e são, portanto, exigidos pelo gênero; 2) outros estão lá para serem vistos e homenageados, embora não sejam mencionados, verbalmente, como os primeiros.

Não vamos abordar os usos dos vários livros que frequentaram as *lives* referidas nem apresentar a análise das quatro funções que elencamos (cf. a respeito desses demais livros e suas funções Curcino 2019). Vamos nos deter, neste próximo item, a uma breve apresentação de um livro e autor que frequenta essas *lives* do Bolsonaro candidato e depois presidente eleito, na condição de livro na vitrine e de obra e autor homenageados. Desses títulos, vamos nos ocupar daquele que Bolsonaro seleciona para figurar na *live* da vitória, ao lado da constituição, da Bíblia e da biografia de Winston Churchill: o livro de Olavo de Carvalho.

5. Olavo sobre a mesa: a homenagem não tão subliminar

Na transmissão caseira de vídeo, na *live* da vitória, no dia 28/10/2018, há quatro livros sobre a mesa, três deles têm a função de cumprir o protocolo exigido pela circunstância: o primeiro é a biografia de Churchill intitulada "*Memórias da Segunda Guerra Mundial*" (Churchill 2015); o segundo é a Bíblia sagrada,

ou melhor, sua versão com linguagem atualizada, de Eugene Peterson, intitulada “*A mensagem: Bíblia de estudo*”²⁵; o terceiro, a “*Constituição da República Federativa do Brasil*”.²⁶ Em seu discurso de presidente eleito, no momento em que ele se refere a esses livros ali na mesa, Bolsonaro afirma:

Nós fomos declarados vencedores neste pleito e o que eu mais quero é, seguindo ensinamentos de Deus [coloca a mão esquerda sobre a Bíblia depositada na mesa, e que se encontra com sua capa voltada para a câmera], ao lado da constituição brasileira, inspirando-se em grandes líderes mundiais e com uma boa assessoria técnica e profissional ao seu lado [sic], isenta de indicações políticas de praxe, começar a fazer um governo a partir do ano que vem que possa realmente colocar o nosso Brasil novamente num lugar de destaque.

Lado a lado com a Bíblia, com a Constituição e com a biografia de Churchill, também se apresentou sobre a mesa desse primeiro pronunciamento pós-eleição o livro de Olavo de Carvalho, “*O mínimo que você precisa saber para não ser um idiota*”. Polemista, familiarizado com a linguagem jornalística do sensacionalismo da imprensa marrom, esse autor desempenha com sucesso o papel de influenciador digital da autointitulada ‘nova direita’. Precursor das *lives*, ele fez escola e seguidores. Nelas, ele busca produzir os efeitos de franqueza, de coragem, de fala espontânea e sem censura, apelando para uma versão escrachada e inconsequente de se pronunciar publicamente, radicada na incitação da polêmica, sem pudor quanto ao jargão chulo e com uma flexibilidade ética quanto a afirmações questionáveis, tal como tão bem descrito por Rocha (2021). Ele trata de diversos temas, mas tem os seus prediletos, como Nova Ordem Mundial e o Marxismo Cultural. A campanha de Bolsonaro encontra, a esse respeito, o mentor ideal de modo a aproveitar a onda antiesquerda, antiestado e ultraconservadora que, desde os anos 90, tem eco na pena desse autor.

Apesar de seu livro estar presente sobre a mesa em pelo menos três dessas transmissões de campanha de Bolsonaro, e em outras aparecer ainda que dis-

25 Eugene H. Peterson. “*A Mensagem: Bíblia de estudo*”. Editora Vida. Trata-se de uma adaptação da Bíblia, destinada ao público protestante, feita por este pastor norte-americano para adequá-la à “linguagem contemporânea”. É publicada em diferentes edições (de bolso, de luxo, semi luxo, feminina, infantil, e-book etc.). Com as demais edições da Bíblia, trata-se do livro mais lido no Brasil, conforme diferentes edições da pesquisa “Retratos da Leitura no Brasil”.

26 Publicada em 1988, com o encerramento da ditadura militar no Brasil, é conhecida como Constituição Cidadã.

cretamente em uma pilha de livros sobre o móvel ao fundo, Olavo de Carvalho não foi propriamente tema de nenhuma transmissão, nem mereceu uma atenção específica do candidato e depois presidente nesses seus pronunciamentos. A mera presença física de seus livros, ali no cenário das *lives*, parecia bastar para a finalidade que cumpria: acenar para um contingente de leitores, seguidores e eleitores 'olavistas'. Embora não tenha sido feita nenhuma referência direta a esse livro, no primeiro pronunciamento do presidente eleito, do dia 28 de outubro de 2018, é possível depreender dessa sua presença relativamente discreta a menção alusiva, genérica, mas sensível e assimilável por parte em especial desse segmento de seu eleitorado, a quem o presidente eleito agradeceu o apoio e reconheceu que esse segmento:

[...] passou a ser, sim, integrante de um grande exército que sabia para onde o Brasil estava marchando e clamava por mudanças. Não poderíamos mais continuar flertando com o socialismo, com o comunismo, com o populismo e com o extremismo da esquerda. Todos nós sabíamos para onde o Brasil estava indo!

O antiesquerdismo aqui manifesto e a alusão conspiratória quanto ao destino do país confirmam essa referência a Olavo de Carvalho, representada como essencial e decisiva por sua presença como livro, mas não verbalizada como tal, não designada nominalmente, não ostentada de modo particular, apenas lá, sob a mesa.

Apesar do que exigia o gênero 'pronunciamento pós-eleição', e apesar da discrepância simbólica entre este livro do polemista e os demais, lá estava Olavo de Carvalho, lá estava seu *best seller*. Embora não ostentado nem comentado, o livro marcava sua presença e falava a um conjunto robusto de (e)leitores. Essa discricção quanto a importância dessa influência, exigida de quem deixa de ser candidato para atuar como presidente, não dura muito. No segundo pronunciamento após a eleição, realizado no dia 9 de novembro de 2018, ele adota novamente o tom do candidato em disputa. Os títulos dos livros e as mensagens e públicos visados se alteram drasticamente. Seja como forma de reconhecimento e agradecimento, seja para manter o clima de campanha e de convocação da militância, Bolsonaro substitui os livros com potencial de se dirigir a contingentes mais gerais da sociedade brasileira por livros de explícita orientação ideológica, político-partidária, ao gosto de um segmento

amalgamado pelo anti-intelectualismo e pelo ‘antiesquerdismo’, de modo geral, e pelo ‘antipetismo’ de modo particular.

Sobre a mesa, e de modo a reiterar seu posicionamento de ‘direita’, reativo e ácido, veem-se obras que “desmistificariam”, “revelariam” ou “desmascarariam” as ideias, as ações, os segredos, as mentiras, a mente “patológica” da esquerda: “Não, Sr. Comuna! Um guia para desmascarar as falácias esquerdistas”²⁷; “A Mente esquerdista: as causas psicológicas da loucura política”²⁸; “A verdade sufocada: a história que a esquerda não quer que o Brasil conheça”²⁹.

Eles não são objeto particular de comentário. Estão lá expostos na vitrine. Como fetiche ou amuleto, falam e agem por si só. Embora não tenham sido abordados nas *lives*, sua presença ostenta sua existência, promove sua relevância, reconhece seu papel na campanha e na vitória.

6. Livros na campanha de um populista anti-intelectual

Bolsonaro construiu a viabilidade de sua candidatura contando com recursos tecnológicos da atualidade (suas *lives*, tuítes, postagens de *facebook*), alguns deles até então nunca usados nessa mesma escala e sofisticação para a propaganda política no Brasil. Ele, no entanto, também dispôs de uma produção editorial, à moda antiga: os livros impressos.

O presidente eleito não quis com esses livros defender sua imagem como leitor. Ele se valeu deles como instrumentos eficazes de campanha. Uns eram a ‘prova’ de que ele falava a verdade sobre os seus oponentes. Outros estavam lá como ‘caixa de ferramenta’ de onde sacar bordões, argumentos e provocações. Grande parte dos livros de seus apoiadores, e que frequentaram as mesas das *lives* como vitrine, se tornaram *best sellers* no mercado brasileiro e passaram a figurar nas mesas centrais de livrarias.

27 Sinotti (2018).

28 Rossiter (2016).

29 Trata-se do livro citado como favorito pelo então candidato Bolsonaro, em uma entrevista no Programa Roda Viva, da TV Cultura, realizada em 30/07/2018. Seu autor é Carlos Alberto Ustra, torturador a quem, em 2016, o então deputado Bolsonaro dedicou seu voto em favor do impeachment de Dilma. Foi impresso pela Editora Ser, em 2007, com impressão paga pelo próprio autor. Um ano após sua morte e graças à dedicatória repulsiva do então deputado, entrou para lista dos mais vendidos em 2016, conforme dados apresentados por Maurício Meirelles. “Brilhante Ustra é o sexto autor de não-ficção mais vendido no país”, no Caderno Ilustrada do jornal Folha de S. Paulo. 03/06/2016.

Esses livros, entre eles o de Olavo de Carvalho, sequer foram citados nominalmente pelo candidato ou depois pelo presidente eleito, em suas *lives*. Nem era preciso. Sua mera presença na *live*, sobre a mesa, bastava. Sua mera exposição era eloquente por si mesma. Eles fizeram parte de uma bibliografia básica do populismo bolsonarista. Todos eles atestam a importância desse gênero editorial impresso e de sua sobrevida em plena era dos textos virtuais, em uma simbiose simbólica que, como sabemos, ganha eleições.

Representar-se como leitor, como vimos, junto ao público mais numeroso de eleitores ao qual ele se dirige, poderia produzir até mesmo uma certa rejeição dada a desqualificação constante dos intelectuais, professores e jornalistas, agentes principais dessa cultura mediada por livros. Na lógica de sua campanha, não bastava fazer-se passar por alguém oriundo do povo, afeito ao que é popular. Foi preciso agir como em geral quem não é do povo pressupõe que o povo age, e mobilizar os julgamentos que dia após dia são fomentados na produção da relação que o povo estabelece com a leitura. Afinal, a impossibilidade de acesso a essa prática, a falta de familiaridade com os códigos desse universo, o alheamento a esses bens culturais de prestígio são razão para uma reação bastante frequente dos sujeitos frente ao que lhes é negado: o menosprezo e o desinteresse como uma resposta emocional possível para lidar com a vergonha dessa falta.

O populismo bolsonarista, em sua versão anti-intelectualista explora essa vergonha cultural, explora o menosprezo que dela decorre. Ele não apresenta nem menciona livros em suas *lives* para parecer ser leitor. Nisso ele busca instituir uma identificação com a maioria pressuposta de seu eleitorado. Ele, porém, não abre mão de ostentar certos livros, tal como o de Olavo de Carvalho, porque com isso dialoga com um segmento da classe média que desde a década de 90 lê com entusiasmo esse 'filósofo'.

Olavo de Carvalho dispôs de grande espaço na mídia impressa tradicional (jornais e revistas), anos a fio. As imprecações polemistas deste autor, seu *ethos* do sujeito que fala sem freios e a ostentação de suas opiniões antipoliticamente corretas davam a seu dizer tantas vezes irresponsável e comprometido exclusivamente com o espetáculo um ar de novidade capaz de incitar a curiosidade de muitos, especialmente de grupos de jovens das camadas médias da população. O caráter anedotário dessas publicações de artigos em jornais e revistas não conflitava com esse estilo e seus objetivos, nem com os interesses dessas instituições. Como polemista que publicava em revistas e jornais, ele era um peixe dentro d'água. Como autor de livros, nem tanto.

Embalados pela expansão política da extrema-direita, pela onda editorial de publicação de livros para um segmento leitor de ‘nova direita’, esses artigos de opinião de segundo escalão foram selecionados, reunidos e publicados sob a forma de livro, e dela obtiveram certa respeitabilidade, outra existência mais nobre, com aparência de alguma coesão, com uma legitimidade antes não outorgada nem reconhecida a seu autor e seus textos.

Sob a forma de livro, sob os auspícios de um grupo editorial forte, sob a propaganda de parte da imprensa venal brasileira, este autor e sua escrita, aqui brevemente comentados, tornaram-se elemento chave na constituição do anti-intelectualismo de Bolsonaro e do bolsonarismo e, mais do que isso, tal como constata e analisa Rocha (2021), fomentaram a “retórica do ódio” assumida pelo candidato e depois presidente, e por seus seguidores. Olavo de Carvalho forneceu o repertório, a linguagem, a técnica retórica. Foi um cabo eleitoral de peso nas últimas eleições. Como autor, se beneficiou da popularidade inesperada e meteórica de Bolsonaro. Este, por sua vez, ao colocar o livro de seu ‘filósofo’ ali na mesa de suas *lives*, impulsionou decisivamente as vendas deste título e de outros do mesmo autor.

O populismo bolsonarista encontrou no olavismo anti-intelectualista – assim como no lavajatismo e no antipetismo – as bases de seu programa de campanha, as formas de dizer, de polemizar, de alçar inimigos, de fomentar o conspiracionismo, de confundir opinião e verdade, de desqualificar sem pudor, por meios e formas sem freios morais, todos aqueles considerados seus inimigos na disputa política, na disputa eleitoral. O livro foi um dos meios escolhidos e decisivos para isso, como vimos.

Referências

- Ab’Sáber, T. (2015). *Dilma Rousseff e o ódio político*. São Paulo: Hedra.
- Ab’Sáber, T. (2021). Ilusão, convicção e mentira: Linguagem e psicopolítica da pós-verdade. In L. Curcino, V. Sargentini & C. Piovezani (Eds.), *Discurso e (pós)verdade*. São Paulo: Parábola.
- Almeida, T. & Curcino, L. (2019). A pujante venda de livros religiosos no Brasil no ano de 2015: para que leitor foram produzidos? *Linguasagem*, 32, 106-118. Consultado em <http://www.linguasagem.ufscar.br/index.php/linguasagem/article/view/665/406>
- Amaral, M. (2016). Jabuti não sobre em árvore: como o MBL se tornou líder das manifestações pelo impeachment. In: I. Jinkings, K. Doria & M. Cleto (Eds.), *Por que*

- gritamos golpe? Para entender o impeachment e a crise política no Brasil.* (pp. 49-54). São Paulo: Boitempo.
- Borges, R. (2015, agosto 1). A direita brasileira que saiu do armário não para de vender livros. *El País*, Consultado em https://brasil.elpais.com/brasil/2015/07/22/politica/1437521284_073825.html
- Bourdieu, P. (2001). *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand.
- Bourdieu, P. (2007). *A Distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo: EDUSP / Porto Alegre: Zouk.
- Candido, A. (2006). A literatura e a vida social. In *Literatura e sociedade*. Rio de Janeiro: Ouro sobre azul.
- Cassiano, C. (2005). Reconfiguração do mercado editorial brasileiro de livros didáticos no início do século XXI: história das principais editoras e suas práticas comerciais. *Em Questão*, 11(2), 281-312. Consultado em <https://www.seer.ufrgs.br/EmQuestao/article/view/122>
- Cei, V. (2017). Cultura e política, 2013-2016: os incitadores da turba. In: V. Cei, L. F. Danner, M. V. X. Oliveira & D. G. Borges (Eds.). *O que resta das Jornadas de Junho*. Porto Alegre: Editora Fi.
- Cepêda, V. (2018). A Nova Direita no Brasil: contexto e matrizes conceituais. *Mediações*, (23)2, 75-122. Consultado em <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/mediacoes/article/viewFile/34801/pdf>
- Chaloub, J. & Perlatto, F. (2016, janeiro-março). A nova direita brasileira: ideias, retórica e prática política. *Insight Inteligência*, 19(72), 25-41. Consultado em <https://inteligencia.insightnet.com.br/edicoes/>
- Chartier, R. (1999). *A aventura do livro: do leitor ao navegador*. São Paulo: Editora da UNESP.
- Chartier, R. (2009). *Origens culturais da Revolução Francesa*. São Paulo: Editora UNESP.
- Churchill, W. S. (2015). *Memórias da Segunda Guerra Mundial (1919-1941)*. Editora Nova Fronteira e HarperCollins Brasil.
- Curcino, L. (2019). “Conhecereis a Verdade e a Verdade vos libertará”: livros na eleição presidencial de Bolsonaro. *Discurso & Sociedad*, 13(3), 468-494. Consultado em <http://www.dissoc.org/ediciones/v13n03/DS13%283%29Curcino.pdf>
- Debord, G. (2000). *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto.
- Debray, R. (2003). *Acreditar, ver, fazer*. Bauru: Edusc.
- Dunker, C. (2018, Outubro 15). Olavo de Carvalho, o “ideólogo de Bolsonaro”, contra o professor Haddad. *Blog da Boitempo*. Consultado em <https://blogdaboitempo.com.br/2018/10/15/olavo-de-carvalho-o-ideologo-de-bolsonaro-contra-o-professor-haddad/>
- Eco, U. (1998). *O Fascismo eterno. Cinco escritos morais*. Rio de Janeiro: Editora Record.
- Eco, U. & Carrière, J.-C. (2010). *Não contem com o fim do livro*. Rio de Janeiro: Record.
- Gallego, E. S. (2018). *O ódio como política: a reinvenção das direitas no Brasil*. São Paulo: Boitempo.

- Jenkins, H. (2009). *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph.
- Le Bart, C. (2012). *La politique en librairie: les stratégies de publication des professionnels de la politique*. Paris: Armand Colin.
- Marques Neto, J. (2016). Retratos da Leitura no Brasil e as políticas públicas: Fazer crescer a leitura na contracorrente – revelações, desafios e alguns resultados. In Z. Failla (Ed.), *Retratos da Leitura no Brasil 4*. (pp. 57-73). Rio de Janeiro: Sextante.
- McLuhan, M. (2007). *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix.
- Moura, F. (2016). Tchau querida! Câmara autoriza impeachment de Dilma: vitória parcial contra a impunidade. *Veja*. Consultado em <https://veja.abril.com.br/blog/felipe-moura-brasil/tchau-querida-camara-autoriza-impeachment-de-dilma-vitoria-parcial-contra-a-impunidade/>
- Moura, M. & Corbellini, J. (2019). *A eleição disruptiva: Por que Bolsonaro venceu?* São Paulo: Record.
- Plasseraud, Y. (1983). La nouvelle droite fait son chemin. *Esprit*, 79(7), 51–67. Consultado em www.jstor.org/stable/24270059
- Rancière, J. (2014). *O ódio à democracia*. São Paulo: Boitempo.
- Rocha, J. C. C. (2021). *Guerra Cultural e Retórica do Ódio: crônicas de um Brasil pós-político*. Goiânia: Editora Caminhos.
- Rossiter, L.H. (2016). *A Mente Esquerdista. As Causas Psicológicas da Loucura Política*. Tradução: Flávio Quintela. Campinas: Vide Editorial.
- Safatle, V. (2018). Sobre o ódio como política. In: E. S. Gallego (Ed.) *O ódio como política: A reinvenção das direitas no Brasil*. São Paulo: Boitempo.
- Salvi, E. (2016). La droite extrême à l'assaut du livre: L'édition française gangrenée par la pensée rance. *La Découverte*, 2(4), 112-127. <https://doi.org/10.3917/crieu.004.0112>
- Sargentini, V. & Chiari, G. (2019). Mentirosos, corruptos e comunistas! As Fake News e o politicamente incorreto. *Discurso & Sociedad*, 13(3), 449-467. Consultado em <http://www.dissoc.org/ediciones/v13n03/DS13%283%29OliveiraSargentini&Chiari.pdf>
- Silva, L. N. (2018). O mercado editorial e a Nova Direita brasileira. *Teoria e Cultura*, 13(2), 73-84. <https://doi.org/10.34019/2318-101X.2018.v13.12430>
- Sinotti E. (2018). *Não, Sr. Comunal! Guia para desmascarar as falácias esquerdistas*. Sinotti Editora.
- Souza, J. (2017). *A elite do atraso: da escravidão à Lava Jato*. Rio de Janeiro: Leya.
- Souza, J. (2018). *A ralé brasileira. Quem é e como vive*. São Paulo: Editora Contracorrente.
- Taguieff, P.-A. (1993). Origines et métamorphoses de la nouvelle droite. *Vingtième Siècle Revue d'histoire*, 40. 3-22. Consultado em http://www.persee.fr/doc/AsPDF/xxs_0294-1759_1993_num_40_1_3005.pdf
- Teles, E. (2018). A produção do inimigo e a insistência do Brasil violento e de exceção. In L. F. Miguel (Ed.), *O ódio como política: a reinvenção da direita no Brasil*. (pp. 65-72). São Paulo: Boitempo.
- Viguerie, R. (1981). *The New Right: We're Ready to Lead*. Caroline House.

ARTE DE MASSAS, POPULISMO E ARTE POPULAR

Carlos Bizarro Morais*

1. Introdução

1. O tópico que aqui pretendemos expor prende-se com uma hipótese de leitura da situação atual da arte - e mais especificamente da criação artística e sua fruição - num contexto, que é o nosso, marcado pelo fenómeno da estetização generalizada da cultura nas suas mais diversas manifestações, e de consequências que não podem ser ignoradas. Nesta linha, consideramos ser de razoável evidência que o fenómeno da globalização, acelerado pelos expeditos processos da indústria cultural e coadjuvado pelos préstimos da tecnologia de ponta aplicada aos meios de comunicação, produz um incomensurável efeito de massificação da arte, tanto a nível da sua criação como, sobretudo, do seu consumo. E nesta massificação pressente-se a instalação de uma via régia, uma linguagem ímpar, por onde circula em livre-trânsito, o populismo atual, apresentando-se como uma paleta de soluções, imediatas, simples e à mão de amplas camadas sociais, dos seus desejos e da vontade do “povo”. E dessa panóplia de soluções faz parte a, assim considerada, arte de massas. Esta situação constitui uma grande preocupação, pelos seus efeitos nefastos e demolidores não apenas do ponto de vista estético-artístico, mas também para os domínios culturais, na sociedade e na política.

2. Problema de grande atualidade e em cuja preocupação convergem, sintomaticamente – como é sublinhado pelo investigador Paolo D’Angelo – sensibilidades de quadrantes teóricos muito distintos, como no-lo mostram importantes publicações, tais como o volume póstumo de Eric Hobsbawm, *Tempos de Rutura*, publicado em 2012, e a obra de Mario Vargas Llosa, *A civilização do espetáculo*, de 2013. Apesar das suas mundividências e opções ideo-

* Universidade Católica Portuguesa – Faculdade de Filosofia e Ciências Sociais; Centro de Estudos Filosóficos e Humanísticos (UIDB/00683/2020).
Email: camorais@ucp.pt

lógicas tão diferentes, ambas deploram pela situação atual da arte e da cultura que, no seu entendimento, praticamente desapareceram. Desses objetos grandiosos e sublimes que nos habituámos a admirar e a amar, nada resta senão espectros fantasmagóricos. E o que provocou, fundamentalmente, o seu desaparecimento “foi outra arte, ou outras artes, que nada teriam a ver com arte ou artes, exceto pelo fato de que elas usurparam o nome, sendo na realidade algo completamente diferente: indústria, bens, entretenimento, mercadorias. O que fez a arte desaparecer foi a arte de massa, que sacrificou os ritos sagrados da ‘grande’ arte (*high art*) pelas orgias de uma ‘low art’, que em rigor não é arte”, comenta o referido investigador (D’Angelo 2014, p. 107).

Os vetores hermenêuticos e judicativos que sobressaem deste cenário são suficientemente preocupantes para que nele a estética se envolva, quer desmistificando essa doação populista e massiva da obra de arte ao maior número possível de consumidores, quer abrindo clareira para que se reinaugure uma relação autêntica do corpo social com a *sua* arte genuína, mais do que com a arte que interessa promover. Eis porque se torna de novo atual o debate em torno destas duas categorias estéticas, a de “arte popular”, arte genuína como expressão do corpo social, e “arte de massas”, arte aparente, expressão do sistema de interesses populistas, ideológicos, massificadores. Dizemos “de novo”, dado que este debate esteve vivíssimo na estética desde meados dos anos sessenta do século passado, no qual pontificaram os textos de Mikel Dufrenne. Ora entendemos que, a este pretexto, faz todo o sentido revisitar o pensamento deste filósofo da estética, partilhando a justificação formulada por Dominique Chateau, sublinhando «a modernidade de um pensamento que articula a natureza e o homem (este grande problema hoje denominado a preocupação ecológica...) tanto quanto professa um humanismo fundamental (neste momento em que os discursos superficiais e populistas o consideram obsoleto...)» (Chateau 2019, p. 156).

Em termos de contextualização, é importante sublinhar que a desmultiplicação das possibilidades tecnológicas que hoje pautam a nossa relação com os produtos culturais, a proliferação da oferta de artigos de arte, o aumento exponencial da oferta fazendo cair gradualmente os preços de tais produtos, entre outros fatores, permitem ao espetador um maior leque de opções, e com isso, influenciar o que lhe é endereçado. Esta situação tem conduzido alguns intérpretes a sinalizar a importância da passagem da *mass Art* para uma *customized Art* (D’Angelo 2014, p. 117), inscrevendo nela uma mudança qualitativa e, portanto, a seguir com atenção. Do nosso ponto de vista, parece-nos que

esta alteração no registo do consumo – que é disso que se trata – não altera o fundamental, antes o vemos como uma adaptação do próprio sistema, para que o essencial permaneça. E permaneça tanto mais eficazmente, quanto mais parecer colocar nas mãos do público-espetador a aparente soberania de uma decisão final quanto ao que aceita e quanto ao que recusa. Ora, uma alteração de fundo implicaria não apenas um reajustamento nas condições de eficácia no polo do consumo, mas uma autêntica alteração no polo da produção-criação. Por isso, entendemos que o essencial do problema da arte de massas se mantém incólume. Por consequência, permitimo-nos discordar das virtuosas expectativas que Paolo D’Angelo coloca nessa *Arte por encomenda*, quando ela, finalmente, “vier a ser a forma prevalente de distribuição tecnológica de arte” (D’Angelo 2014, p. 118).

3. O que poderá, então, realizar uma estética inspirada no pensamento de Dufrenne, para impulsionar a recuperação de uma arte genuinamente popular, e o conseqüente afastamento de uma arte populista e massificadora?

Em primeiro lugar: arte de massas. Que arte é esta? Na sociedade atual existe uma frenética atividade artística, que hoje atinge o paroxismo com a facilitação permitida pelos meios tecnológicos de informação, e que é diretamente destinada ao consumo massivo do mercado globalizado, a uma escala planetária. Trata-se, pois, de uma arte “para” o grande público, “para” o povo, na sua função de consumidor passivo, isto é, para o “mercado”.

Dufrenne marca muito nitidamente esta diferença: entre uma arte “para” e uma arte “do” povo, uma arte imposta desde cima pelos poderes decisórios, pelas instâncias de legitimação, onde se mesclam interesses estético-culturais, com interesses comunicacionais, económicos, sociais, políticos. Outra é a arte que é expressão da liberdade e da criatividade dos seus artistas.

É evidente que num quadro cultural massificador, muito mais difícil se torna dar voz e ouvir os que se encontram fora dos circuitos que o sistema legitima e alimenta. O ideal para a cultura de sistema é que todos se reconheçam nesse mega-público consumidor e que sejam cada vez mais raras as exceções. Afinal, o que se pretende com esta massificação, é habituar o pensamento aos “benefícios” da satisfação do desejo que o mesmo consumo lhe proporciona. E a arte é usada, precisamente, como veículo deste circuito. Por exemplo, o design, em certo sentido veio, ainda mais, em seu reforço.

Trata-se, assim, de uma arte que prolifera nos *mass-media*, apresentada, vulgarmente, como contraponto à arte de elite, mas da qual se apropria para replicar em infinitas imitações, «uma arte deliberadamente destinada ao con-

sumo das massas» (Dufrenne 1976, p. 41), e cuja mediocridade se justifica pela suposta mediocridade dos seus recetores: «porque as massas são tidas por medíocres, incapazes de aceder à verdadeira arte, oferece-se-lhes uma arte aviltada, ela própria produzida em massa, com pouca despesa, sem esforço de invenção» (Dufrenne 1976, p. 41). Sinónimo de uma arte totalmente institucionalizada, ou seja, capturada e domesticada pelos meios técnico-comunicacionais que a promovem, ausente de qualquer intenção pedagógica genuína, de formação do gosto ou de apuramento da sensibilidade, de perceção crítica ou de amadurecimento intelectual, antes instrumentalizada pelas estratégias da publicidade, neutralizando e homogeneizando gostos e comportamentos, sob a capa de uma aparente promoção da criatividade e da liberdade individualista. Aliás, a popularidade de tais produtos artísticos reside, quase sempre, na banalidade das suas linguagens, na superficialidade das suas formas, dos seus esquemas e estruturas, das suas composições, não exigindo do espetador senão uma atitude-resposta mecânica e repetida, como se requer a um bom consumidor: gosta porque já o conhece e sabe com o que pode contar. Nada de novo para a sensibilidade, para a imaginação, nada de novo para o pensamento e para a reflexão.

4. A este esquema de funcionamento com os seus conhecidos resultados, se chamou, “equivocadamente, cultura popular quando na realidade se trata de uma cultura populista” (Rue 2009), interessada em petrificar a sensibilidade, o pensamento e a cultura do ser humano no seu “estado regressivo”.

Este sistema funciona segundo uma lógica muito definida e objetiva, por isso não surpreende que os artistas sintam que a institucionalização da arte seja hoje mais feroz do que nunca, algo que os fecha ainda mais num *ghetto*, emoldurado por uma aparência de dignidade, de liberdade, de autonomia, de pluralidade de gostos, etc. E o populismo afirma-se como diretamente proporcional a este efeito de pseudodemocratização. Na verdade, a arte que por aí se passeia não é coisa séria, é um mero ornamento da vida, para agrado e luxo do *businessman* e glória do Estado e consumo em massa...

Nestas coordenadas, tudo assume o jogo da falsidade e da aparência: «os artistas são autorizados a criar, são honrados enquanto criadores, mas considerados irresponsáveis; a sua liberdade é a dos bobos do rei» (Dufrenne 1976, p.41). Ao mesmo tempo e por essa mesma razão, a sua criação escapa-lhes quando é posta em exposição nas montras do mercado. A obra recebe, então, um novo sentido que não lhe é doado pela consciência de um recetor, mas pela ideologia dominante no sistema. Ela não é só mercadoria, ela é, como diz Bau-

drillard, mercadoria-signo, instrumento de estatuto social e cultural. É votada a um consumo ostensivo, que faz crer que distingue e honra o consumidor.

Para ser objeto duma tal apropriação, a obra muda de rosto, torna-se nesse objeto sumptuoso e como que miraculoso, caído da vontade de poder (económico e político), arrancado à história, posto em exposição nos lugares pré-definidos. Se o autor é relativamente eclipsado, muito mais o é o seu trabalho, o seu combate amoroso com a matéria, e também a sua inserção na história; e esquece-se o que Adorno e Marcuse tanto evidenciaram: que a forma estética é crítica por si mesma. E ao mesmo tempo que muda de rosto, a obra muda de fim: ela não é já objeto de prazer genuíno, a não ser desse prazer narcísico e pueril que distingue o “bom gosto” do burocrata do sistema, o “bom gosto” do executivo numa sociedade de funcionários...

É impressionante como muitos artistas e suas obras se deixam seduzir pelos brilhos deste sistema ideológico e se tornam, eles mesmos, ideologizadores, contribuindo ativamente para o fomento desse populismo. Mikel Dufrenne explica o processo. No mundo administrado em que nos movemos e existimos, a arte e nomeadamente a “Grande Arte”, é algo que está distante da comunidade social, que não está ao alcance do povo. Porém, logo que o sistema institucionaliza a arte, integra em si não só o corpo dos artistas, como as suas práticas, bem como todas essas atividades que lhe estão conexas: dos críticos, especialistas, colecionadores, mecenas, amantes das artes... Como já referimos, a gestão das coisas da arte torna-se um monopólio, fora do alcance dos próprios artistas, mas uma incumbência daquelas instâncias que se constituem como entidades de legitimação e que asseguram a circulação da arte, a sua comercialização, a sua fruição.

Trata-se, por isso, de uma arte, aparentemente aberta a todos, mas que, na realidade, é resguardada para privilégio dos que detêm os mecanismos da sua existência e do seu significado. Não é por aí, certamente, que se abre a via a uma democratização da cultura e da arte, pois a lógica da institucionalização é fortalecer o poder dos pares, como um reduto de mundo que ficará pereneamente fechado ao vulgo, de acesso restrito apenas aos admitidos. Em rigor, o que acontece é exatamente o contrário: a arte de massas não anula a arte de elite, mas confina-a a um espaço esotérico, pois há todo um processo de apropriação da grande arte, de tal modo que ela passa a ser percebida como propriedade de um estrato social superior, à qual o homem comum não acede, ficando assim mais disponível para aceitar a arte que o sistema lhe oferece, ou seja, a arte de massas. Ora, isto quer dizer que não é uma inevitabilidade que a

grande arte, o melhor da produção artística, tenha que ser rotulada como arte de e para uma minoria; em rigor, esta é o resultado de um processo de ideologização; na verdade, o que existe, sim, “é apenas uma arte à qual as pessoas comuns não acedem” (Rue 2009).

5. Porém, esta oclusão aos outros segmentos da comunidade humana, também não significa que todos os outros, a maioria, fiquem exatamente de mãos vazias. A sociedade de consumo, como se sabe, contorna este problema, abrindo e promovendo “um outro domínio, o da arte de massas” (Dufrenne 1990, p. 1158). Como se sabe, T. Adorno esquadrinhou esta operação de fortalecimento da já pujante “indústria cultural”. Note-se que neste processo, os indivíduos, os membros de uma comunidade, de um povo passam ao estatuto de coisas, números inseridos na “massa” acrítica, sem inteligência e cuja vontade fica à mercê dos poderes dominadores; são de tal modo vistos assim, que o que o sistema lhes oferece não é mais do que “um subproduto, uma arte medíocre para medíocres, destinada a massificá-los divertindo-os” (Dufrenne 1990, p. 1159).

No fundo, o que acontece é que o sistema ideológico compreendeu com muita sagacidade as “vantagens sociais” que a arte proporciona, por isso “tomou-a como modelo para a produção destinada ao consumo e a criar hábitos de pensamento. O resultado não foi a arte popular, mas a arte de massas” (Rue 2009). E fá-lo com tal perfeição que consegue dissimular a imposição numa aparente “liberdade de escolha” e fazer do consumidor um adepto do próprio sistema de manipulação, fazendo dele, inclusive, um novo manipulador: “a alma vulgar, sabendo-se vulgar, tem o denodo de afirmar o direito de vulgaridade e o impõe por toda a parte” (Ortega y Gasset 2010, p. 22). Não apenas lhe coarta a liberdade como o bloqueia num sistema de pensamento que passa a ser dominante, uma norma e lei, na opinião pública – eis o condicionamento totalitário que a arte de massas desencadeia, que limita a ação do ser humano a escolher entre possibilidades pré-estabelecidas, no reino da mediocridade.

Ora, este procedimento é vigorosamente denunciado por Mikel Dufrenne, na medida em que nada manifesta de uma verdadeira democratização, antes se trata de uma mistificação, de uma pseudodemocratização, pois não há da parte dos poderes constituídos nenhum esforço genuíno para facultar à comunidade, a cada um dos humanos, os meios de se aproximarem à arte considerada mais avançada, mais séria, difícil, erudita, seja no seu registo clássico, moderno, abstrato. Uma tal aproximação, a existir, desencadearia, certamente,

um efeito de enriquecimento pedagógico, formativo, de grande repercussão no imaginário, na percepção, na experiência de cada um. Mas não é isso o que o sistema pretende.

6. Porém, existe uma via eficaz para essa pretendida democratização da arte, e que passa, precisamente, por devolvê-la à sua fonte originária, à iniciativa das próprias comunidades humanas, à sua raiz primordial, como expressão direta da consciência, da vontade, da vida integral de um povo. Chamemos-lhe arte popular.

Tomemos como referência desta desejada estética “arqueológica” as culturas antigas, nomeadamente, a cultura grega, interpretada pelo insuspeito Herbert Read: “Na língua do culto povo heleno não existia o equivalente da palavra cultura. Os gregos tinham bons arquitetos, bons escritores, bons poetas, assim como tinham bons artesãos e estadistas. Sabiam que a sua maneira de viver era boa e estavam dispostos a lutar para a conservar. Mas, segundo parece, nunca lhes ocorreu pensar que possuíam um produto separado - a cultura -, produto ao qual os seus académicos pudessem estampar uma marca de fábrica; produto que seres de superior condição pudessem adquirir se dispusessem de tempo e dinheiro suficientes; produto que se pudesse exportar, como o figo e a azeitona, para os países estrangeiros. Nem sequer chegava a ser um invisível produto de exportação; se é que existia, a sua existência passava inadvertida, pois era algo natural, tão instintivo como a fala, tão involuntário como a cor da pele. Nem cabe, sequer, defini-lo como subproduto do modo de viver helénico: ele era esse modo de viver” (Read 2013, p. 25).

Herbert Read dá-nos aqui o enquadramento para percebermos o que é uma cultura integrada na vida do dia-a-dia, na qual a arte era inseparável do todo, tal como as outras dimensões simbólicas da religião, do sagrado, da política, e todas juntas expressavam o rosto do mundo, tal como era vivido quotidianamente pela comunidade. Simultaneamente um mundo real, concreto, mas também um mundo imaginado, fantástico, do desejo. Essa arte, certamente não imitava um real; inscrevia-se nele, era esse real. Então, a arte não ideologizava porque não estava institucionalizada. Do mesmo modo que ainda aí não se tinha instalado o esquema civilizacional baseado na divisão do trabalho, também a arte ainda não se apoderara de um lugar de diferenciação e era, à partida, por todos praticada.

Ora, esta lição de descida à base incita-nos a perguntar: e por que razão não poderemos projetar, de novo, um mundo onde, cada pessoa se reencontre com a pluralidade das suas potencialidades criativas, manuais, técnicas, teóricas, e

no caso vertente da atividade artística, possa vir a ser desenvolvida por todos os indivíduos e não apenas pelos que a sociedade e a cultura diferenciaram como “artistas”? Por aí chegaríamos certamente a encontrar a via de acudir às necessidades humanas, no seu sentido mais pleno, que incluem naturalmente a necessidade estética, da criação e da experiência da *poética*, com os valores que lhes estão genuinamente associados – coisa que o populismo massificador deixa completamente de lado. As necessidades que a arte populista e massificadora promove são as necessidades do próprio sistema que a alimenta, e não as necessidades genuínas da humana condição. Dentre aquelas necessidades artificiais, obviamente, sobressai o próprio consumo: “Fez-se do puro consumo uma necessidade vital, a ponto de se confundir o valor de ‘ser’ com o de ‘pos-suir’” (Rue 2009), abrindo caminho para um dos trajetos mais perigosos do individualismo contemporâneo. Risco e perigo que o próprio mercado da arte, no seu processo de disseminação planetária, de incremento da sua profissionalização, e de funcionamento bolsista cada vez mais próximo do corpo social, tornou mais real e iminente.

Ora, este sintético mapeamento indica-nos o itinerário de sentido que se começa a delinear: quebrar a redução da arte à “instituição-sistema da arte” é um passo decisivo para impedir a ideologização em todas as suas montagens, mormente aquela que hoje nos convoca, que é precisamente a ideologia do populismo.

Mas, o que significa libertar a arte desse reducionismo e dessa forma de servidão? Fundamentalmente, significa, por um lado, libertar a própria experiência do artista e do recetor das constrições que uma cultura dominadora impõe através de um modelo único de receção “errado e injusto” (Mendenhall 1983, p. 355).

Quando abandona os lugares hieráticos onde se coloca em representação para ser reconhecida, ao mesmo tempo confiscada e mimetizada, a arte deixa de ser um monopólio, e dirige-se à singularidade de cada um dos humanos sem, no entanto, ser uma arte de massas, sem se renegar. Por outro lado, nesse momento de viragem, ela já não reclama a deferência de uma relação assente no saber, a fina contemplação, um prazer de bom tom; ela convida, sim, à familiaridade, convoca para o jogo e para a fruição genuína. Liberta e alegre como a festa, no seu sentido e praxis autênticas.

7. A Obra de Mikel Dufrenne está recheada de belas imagens e de esclarecedoras explicações, na defesa desta experiência primordial com a arte, que nada tem dessa relação erudita e sabedora que o sistema social e teórico valo-

riza como a única relação legítima de acesso “adequado” à grande arte. Mas dessa posição de Dufrenne também não se deve inferir que defenda uma relação “por baixo”, sem exigência, laxista. Pelo contrário, faz-nos compreender o alcance e o fundamento de uma experiência como as que acontecem na pura inocência da presença; neste sentido podemos falar de uma relação “ingénuas” (naïve), sem artificios, tal como os simples a fazem, sem saber. Ou, por outro, com muito outro saber! Daí todo um léxico que Dufrenne utiliza para denominar esta experiência, fazendo-a entrar na reflexão sobre a arte, precisamente porque, enquanto percepção “selvagem”, manifesta o essencial da obra de arte, que se dá ao recetor na sua essência sensível e singular, e que escapa à análise dos cientistas (Dufrenne 1976, p. 332). É importante estabelecer este registo, pois é ele que torna justificável a correlação entre a arte emergente das potências da comunidade social (arte popular) e uma recepção que de modo nenhum se revê nos formalismos da erudição intelectual ou de um conhecimento abstrato. Sublinhemos: o essencial da obra, a sua “expressão, não é lida, é acolhida numa impressão, sentida, experienciada, aquém de toda a prova e de toda a explicação. Experiência feliz” (Dufrenne 1976, p. 334), de encontro, de fusão entre o corpo e a alma da obra e o corpo e a alma do recetor!

8. Libertar a arte do servilismo significa, também, encontrar um outro agente criador da arte, outros artistas, outros intervenientes, sem as fronteiras da admissão que o sistema impõe. É nesta linha que apontamos para essa arte “outra”, ou seja, a arte genuinamente popular. A arte popular pode, de facto, designar a prática da arte realizada pela comunidade, pelo povo, por todos os anónimos que a compõem, incluindo os que os poderes marginalizam. E se anteriormente se apontava para a necessidade de nela integrar os produtos então considerados heterodoxos da arte *naïf*, da arte bruta, da arte infantil, ou da arte dos “patenteux” do Québec (cf. Dufrenne 1990), hoje temos manifestações que continuam esta tradição transgressora da arte que, afinal, só enriquece a própria tradição.

Não se trata de uma visão utopista; pelo contrário, se analisarmos com critério, verificamos, como refere Dufrenne, que “a prática popular da arte está na origem da arte: enquanto os artistas não foram reconhecidos como tais, e as artes liberais distinguidas das artes mecânicas, e mais tarde designadas belas-artes e consideradas maiores para se distinguirem das menores, foram os artesãos, os trabalhadores, que produziram as obras” (Dufrenne 1990, p. 1159), foram estes os grandes criadores das obras, e com eles toda a comunidade que as projetou, a idealizou, as venerou, e perante elas dançou e cantou.

É claro que, hoje tal como ontem, o estatuto de segundo plano desta prática popular da arte não lhe permite mais do que uma visibilidade marginal “e na sombra da outra” (Dufrenne 1990) que o sistema reconheceu e institucionalizou, para mais facilmente manipular. Mas também é verdade que, tal como ontem, ela suscita o interesse de historiadores da arte, de filósofos da estética, dos próprios artistas, de cultores e de admiradores que consonam nas suas potencialidades a nível de inspiração, de objeto de estudo e sobretudo, de fruição estética. Afinal, a sua genuinidade, singularidade, poeticidade e verdade valem bem o compromisso da sua defesa, face aos mecanismos de rejeição e de exclusão que o sistema mantém em vigília. O seu papel será fulcral na reconstrução de uma autêntica cultura popular, desempenhando um papel pedagógico “para que o homem comum possa abolir a sua escravatura, e quando lhe toque dirigir a sociedade, não o faça como um tirano” (Rue 2009).

9. Problematizando esta proposta em termos de estética filosófica, é claro que sempre poderemos questionar, tal como Dufrenne, o índice de espontaneidade e de autenticidade das próprias produções da arte popular. Bem como, suspeitar se as suas criações não serão, apesar de tudo, meras réplicas e imitações, “subprodutos da grande arte” (Dufrenne 1990, p. 1159). Não se limitarão elas a seguir o que interessa ao sistema da moda, à publicidade, à economia de mercado? E o seu imaginário não estará irremediavelmente contaminado “pelos estereótipos que o alienam?” (Dufrenne 1990, p. 1159). É claro que não poderemos responder a estas perguntas como se possuíssemos um esquadro-compasso mental, verificando milimetricamente o grau de cumprimento dos critérios referidos.

Mas, é ainda Dufrenne que nos faculta uma orientação a ter em conta: pelo menos, esta arte popular não tem de correr o risco de se apresentar como promotora de novidade à força e a qualquer preço, como acontece com os objetos que o sistema da arte promove. É por isso que essa não é uma novidade “nova”, mas uma novidade aparente, já que ela repetirá o muito do mesmo. Não estando subjugada a este imperativo artificial, a arte popular brotará, certamente, de uma fonte genésica propícia à realização da sua natural criatividade, do seu genuíno prazer e do seu cuidar. Será, por isso, portadora da novidade da diferença, de uma genuína alternativa, condição fulcral para a possibilidade de uma verdadeira opção por “outra coisa”, isto é, por uma prática da liberdade.

Atingimos aqui um ponto nevrálgico para a credibilidade e significação da arte popular: interiorizar o prazer estético como o critério da avaliação estética, se e quando for necessário realizá-la. Sim, o prazer do olhar, o prazer da

percepção, mas sobretudo, o prazer de fazer, de uma *poiesis* que está ao nosso alcance, pois na arte genuinamente popular não mais se colocará a fronteira da competência/incompetência estabelecida pelas premissas que legitimam a arte de elite por um lado, e a arte de massas, por outro.

Encher-se de gosto: deixar subir, deixar-me invadir por este prazer, prazer do fazer que é sentir, que é pensar, que é valorar, que é apreciar, que é desejar, que – finalmente – é mudar... Trata-se, por isso, de um prazer que não se confunde com o “gozar” que o entretenimento da arte de massas facilita, de uma satisfação imediata que ajuda a “passar o tempo” na letargia de uma inconsciência, no embalo da indiferença! A arte genuinamente popular proporciona o prazer como expressão de uma conquista, desiderato de uma verdadeira cultura que se distingue “não pelo que se oferece às pessoas, mas pelo que se lhes exige, para que elas se superem a si mesmas” (Rue 2009).

10. Por fim, deixemos latejar o que poderá ser a eficácia política da experiência desta arte. É certo que esta arte popular “convida a uma revisão [...] do conceito de arte, da sua extensão, mas também da sua compreensão” (Dufrenne 1990, p. 1159). Mas esta revisão tem um “sentido político”, uma incidência política direta, pois ao desconstruir a arte de massas, bem como a arte de elite que o sistema institucionaliza, ela mesma se liberta; e se a iniciativa destas práticas pertence à comunidade – e não apenas aos artistas manipulados e reconhecidos pelo sistema institucional –, ao libertar a arte, é a própria comunidade humana, a própria sociedade, enfim, “é o povo que se liberta” (Dufrenne 1990, p. 1159). Então, podemos anunciar que esta experiência muda tudo. Ou seja, o papel desta arte já não se resume ao de «uma tomada de consciência» e à «realização de uma função crítica» (Dufrenne 1976, p. 41). Esta função é seguramente muito importante, mas agora dá-se um passo para uma função “militante” – não no sentido em que o artista *deva* assumir um compromisso político num partido ou numa organização – mas no sentido em que a arte popular é “operativa”: esta arte implementa uma transformação que opera em si mesma, e que prefigura e prepara a grande transformação na sociedade, na comunidade política. Ela é, por isso, esteticamente, o mais eficaz meio de politização.

Esta potência transformadora da arte popular é, quanto a nós, um excelente contributo para neutralizar as duas vias do populismo estético: a captura elitista exercida sobre a grande arte, por um lado, e a pseudodemocratização pretendida pela arte de massas, por outro. Um via a ter em atenção, sempre que assomam os riscos dos ideologismos, como acontece no presente!

Centrados nas potencialidades da experiência estética, pelo fio de pensamento de Mikel Dufrenne, encontramos verdadeiras razões para revalorizarmos a arte popular, na medida em que tal arte nos proporciona o fortalecimento dos laços de fraternidade e, por isso, de autêntica socialidade. Estes, não são mais valores idealizados, instrumentalizados, como o fazem as ideologias populistas. Pelo contrário, é na experiência estética que reencontramos uma fraternidade com o mundo e com os outros, fundada numa relação amorosa – “a percepção selvagem faz amor com a obra, e a arte será popular quando o público dela gostar simplesmente” (Dufrenne 1976, p. 47) – que transformam o conjunto dos apreciadores/praticantes desta arte numa realidade que não se revê naquele conceito estatístico e tecnicista de público. Este constrói-se sobre uma bem mais elevada relação de comunhão: “O público reúne indivíduos que afirmam um *sensus communis*: fazem uma mesma escolha, mas não a fazem apenas em seu nome” (Dufrenne 1976, p. 287), o que quer dizer que a comunhão intrínseca à experiência estética pode ser vista como o alicerce da forma autêntica de relação social para a comunidade humana, para a comunidade política, a nível planetário: “o que funda o público, e que faz dele a forma fundamental da sociabilidade, deve ser procurado na experiência estética” (Dufrenne 1976, p. 287).

Será aqui que reside a força de resistência que a prática da arte popular pode opor aos populismos. A potência de uma intersubjetividade concreta, onde o outro já não me surge como um consumidor-competidor – quem compra mais por menos? – mas um semelhante, unidos no mesmo gosto, e por consequência, “que é comigo capaz, não apenas de pensar um mundo, mas de experimentar um prazer e de apreciar a beleza.” (Dufrenne 1976, p. 287). Quando esse outro já não é visto como um semelhante meramente formal, impessoal, mas como um próximo e um irmão, então a comunidade que se desenha no horizonte é uma comunidade determinada pela nossa humanidade, precisamente o contrário de *massa* que a ideologia populista promove. Neste sentido, a *massa* jamais formará um *público*, um rosto de humanidade, porque não reside nela uma verdadeira comunicação.

É este desiderato da arte popular que lhe fornecesse a sua atualidade, pois a sua concretização é uma exigência, um paradigma normativo, sempre em processo, um desafio permanente que cada tempo, cada cultura lhe coloca.

Referências

- Château, D. (2019). Maryvonne Saison, La Nature artiste. Mikel Dufrenne: de l'esthétique au politique. *Nouvelle revue d'esthétique*, 2 (2), 155-156. <https://doi.org/10.3917/nre.024.0155>
- D'Angelo, P. (2014). Cosa è successo all'arte di massa? *B@belonline*, vol. 16/17, 107-118. Consultado em <http://romatrepress.uniroma3.it/wp-content/uploads/2020/01/Cosa-%C3%A8-successo-all%E2%80%99arte-di-massa.pdf>
- Dufrenne, M. (1976). *Esthétique et Philosophie*, tome II. Paris: Éditions Klincksieck.
- Dufrenne, M. (1990). Populaire. In E. Souriau, *Vocabulaire d'Esthétique*, Publié sous la direction de Anne Souriau. Paris: Presses Universitaires de France, 1158-1159.
- Mendenhall, V. (1983). Essai sur l'incompétence esthétique. *Philosophiques*, vol. 10, n° 2, 341-359.
- Ortega y Gasset, J. (2010 [1930]). *La rebelión de las masas*. Raúl Berea Núñez (ed.), Fernando Robles Otero (prod.). Ciudad de México: La Guillotina.
- Read, H. (2013). *Al diablo con la cultura*. Trad. de Elbia Leite Armado. Buenos Aires: Terramar Ediciones.
- Rue, R. (2009). Cultura Popular y Populismo. *Actas de las V Jornadas Argentinas de Música Contemporánea e Investigación*. Córdoba: Corat-U.N.C. / In *Revista Experimenta*, Consultado em <http://experimenta.biz/revistaexperimenta/cultura-popular-y-populismo-roberto-rue/>

POPULISMO NO YOUTUBE: ELEMENTOS MATERIAIS E RETÓRICA NA BOLSONARO TV

Karina Santos*, Flávio Nehrer**, Fabio Minervini***,
Maria Fernanda Pereira Machado****, Karina Negrão*****

1. Introdução

Este artigo é o resultado da análise de mais de sete horas de discursos coletados, entre março e agosto de 2018, do então pré-candidato à presidência da República Jair Bolsonaro, publicados em seu canal oficial no YouTube, a Bolsonaro TV. Aqui, nos debruçamos sobre as conexões de seu discurso com os atributos que caracterizam o discurso de teor populista, conforme a literatura de referência.

No dia de sua diplomação, Jair Bolsonaro afirmou que “o poder popular não precisa mais de intermediação, as novas tecnologias permitiram uma relação direta entre o eleitor e seus representantes”. Aparecem aqui dois aspectos do populismo sugerido por Edward Shils – a supremacia da vontade do povo e a relação direta entre o povo e o governo (Worsley 1969). Partindo da premissa de que candidatos possuem desempenho eleitoral distintos apesar da presença online, indagamos quais aspectos singulares do estilo discursivo do candidato eleito potencializaram sua atuação. As mídias digitais possibilitam uma redu-

* Mestranda no Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense, Niterói, Brasil. kaarinasantos93@gmail.com

** Doutorando no Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil. fnehrer@gmail.com

*** Mestre em História, Política e Bens Culturais no FGV CPDOC, Rio de Janeiro, Brasil. fnehrer@gmail.com

**** Mestre em História, Política e Bens Culturais no FGV CPDOC, Rio de Janeiro, Brasil. mafepmachado17@gmail.com

***** Mestre em História, Política e Bens Culturais no FGV CPDOC, Rio de Janeiro, Brasil. karinanbandeira@gmail.com

ção de distância entre o cidadão comum e políticos, porém esta concretização não diz respeito à tecnologia, mas a diferentes formas de sua apropriação pela sociedade civil (Gomes 2005).

Nesse sentido, buscamos identificar aspectos discursivos do estilo político não convencional de Jair Bolsonaro que desenharam sua campanha no contexto de política midiaticizada do século XXI. Revisitando o conceito de populismo (Canovan 1999; Laclau 2011; Ardit 2004; Waisbord 2013; Mudde 2004), procuramos compreender a relação entre o estilo retórico encenado pelo presidente e as diferentes articulações do discurso populista, reconhecendo a impossibilidade de estabelecermos qualquer pureza conceitual devido à elasticidade do conceito.

Neste estudo, escolhemos analisar parte dos mais de 520 vídeos de diferentes formatos, duração e conteúdo da Bolsonaro TV, canal do *YouTube* inaugurado em setembro de 2017, com 90 milhões de visualizações e mais de 1,4 milhão de inscritos. Vale destacar que o uso de programas próprios de rádio ou TV por líderes políticos não é uma estratégia recente (Frajman 2014; Haussen 1996), porém o caráter inovador se encontra na utilização deste meio. Anteriormente, o *YouTube* era apenas secundário como mídia para comunicação de campanha, (Aldé 2011, p. 37): “ferramenta fundamental de mediação com a TV, pois muitos procuram rever no *YouTube* momentos marcantes exibidos na televisão, que passaram a ser comentados na Internet, que se torna uma caixa de ressonância para episódios audiovisuais”. Para Kreiss (2015), uma plataforma que “estabelece uma variedade de conteúdos estratégicos para uma campanha, como vídeos inspiracionais” (Kreiss 2015, p. 126, *tradução nossa*). Analisaremos conteúdo e linguagem, aliados ao referencial bibliográfico, dos quais levantaremos o universo das palavras mais citadas e suas correlações, para buscarmos compreender os recursos e operações retóricas utilizados com base no amplo conceito de populismo.

Compreender as estratégias retóricas no ambiente online e as contingências das apropriações de tecnologias feitas por campanhas eleitorais é um passo importante para uma análise mais aprofundada das potencialidades e limitações na utilização destas tecnologias por candidatos, partidos e governantes.

2. A disputa por um conceito

Muito embora a ideia de “mediatização” seja recente, a lógica que modula as práticas políticas neste processo já estava presente tanto nas aglomerações massivas de operários como nas repercussões dos discursos feitos por lideranças trabalhistas transformadas em líderes de massa, comum dentro da tradição brasileira marcada pelo “trabalhismo”. A popularização de lideranças na América Latina com estratégias como a transformação dos comícios em grandes cerimônias realizadas em estádios de futebol, realizadas por Getúlio Vargas no Brasil e Perón na Argentina, foi importante na transformação de um político elitista e autoritário em líder de massa. No entanto, estas práticas foram colocadas em uma caixa obscura denominada “política populista” e, a partir de então, pouco se discute sem conotação pejorativa ou condenação ética acerca do estilo que permeou (e permeia) as lideranças, como a forma de vestir, comer e falar para multidões em grandes comícios e em programas em meios de comunicação de massa.

Modulado em formas não mediadas por partidos na reivindicação de legitimidade suprapartidária, e centrados no contato direto do líder com as massas, líderes carismáticos ao longo da história prometem romper com a rotina das instituições burocráticas e transformar a política. Paradoxalmente, essas práticas discursivas foram facilitadas e amplificadas por meios de comunicação, como a rádio, num primeiro momento, e mesmo jornais impressos, num segundo, com o uso abusivo de fotografias, processos comunicativos responsáveis por ajudar a tornar presentes vozes e imagens destas lideranças no corpo social de uma nação, configurando, assim, um imaginário social. Marilena Chauí argumenta que “a competição pública não se faz entre partidos, ideologias ou candidatos, mas entre imagens que disputam valores como ‘credibilidade’, ‘confiabilidade’, ‘respeitabilidade’, ‘inovação’, ‘prestígio’” (Chauí, 1992, p. 386). Em todo o espectro político, a imagem é fundamental e os líderes políticos carismáticos costumam possuir domínio das ferramentas retóricas e conhecimento sobre mecanismos de mídia para transmissão de suas mensagens e relacionamento com os liderados.

Em termos teóricos, predominou uma visão sobre o caráter nocivo com o qual tal processo foi interpretado. O populismo significou em variados graus a “personalização” da política na América Latina. Daí sua associação com termos como *varguismo*, *peronismo*, bem como o recém “left turn” com o *chavismo*, *kirchnerismo* e, mais recentemente, o *lulismo*. O que chama a atenção nestes

estudos é que o populismo é sempre associado a um sistema político cooptado pelas estratégias de manipulação de determinadas lideranças que utilizam os meios visando cativar o eleitorado com o seu carisma. Daí Weber associar esse movimento num primeiro momento ao termo “bonapartista”, pois o líder de massa pode se tornar um tirano se sobrepuser a vontade popular aos limites e às instâncias da democracia representativa, secundarizando, assim, o papel do Parlamento no jogo político, e depois ao termo “carisma”, visando entender o vínculo entre o poder pessoal do político e as massas.

A questão aqui é demarcar o lugar da comunicação nesse processo. O que conhecemos como “teoria do populismo”, visão hegemônica até o final dos anos 70, foi, até então, modulado por estudos responsáveis por apontar a forma como, nesse sistema, lideranças carismáticas manipulam a “vontade popular” numa política de massas e tutela estatal, se aproveitando da baixa escolaridade da população. Como estavam associados a regimes de tradição autoritária, os meios de comunicação possuíam baixo grau de autonomia e de profissionalismo, sendo, portanto, aparelhados. Assim, os estudos vinculados a entender as correlações entre os sistemas políticos e midiáticos acabam, em variados graus, presos a este pequeno modelo.

Tal quadro mudou com o (re)surgimento da direita populista europeia. A novidade é a presença da mesma lógica em países com larga tradição liberal democrática. Mazzoleni *et al.* (2003) investigaram tal processo para constatar que em quase todos os países com esta tradição existem dois tipos de atividades noticiosas, refletindo distintas formas de integração das organizações jornalísticas com a cultura nacional. De um lado, estão os jornais orientados para o mainstream político-partidário e para uma audiência de elite, mais afeitos aos valores da imparcialidade e responsabilidade, eventualmente avessos aos ditames do mercado. De outro, estão os jornais populares, tabloides, programas de rádio e de televisão mais ligados ao entretenimento e à sensibilidade populista do público e da política (*ibidem*). Entre os últimos, se destacam os programas de televisão modulados pela sensibilidade “populista” do meio e o que alguns autores chamam de “mal-estar do vídeo”: um excesso de cobertura negativa e escandalosa do campo político, responsável por gerar um certo cinismo e distanciamento do cidadão comum da política tradicional. Para estes autores, o crescimento da direita populista europeia aconteceu dentro deste quadro de descrença.

Ainda nessa perspectiva, ao se debruçar em fatores da mídia no desenvolvimento de fenômenos populistas, os autores (*ibidem*) propõem um ciclo de

vida modelo para a análise destas conexões entre campos que tem como fase inicial esta construção negativa do cenário político. Esse esforço midiático não apenas fomenta sentimentos de ceticismo, descontentamento político e pensamentos anti-políticos na opinião pública, mas também contribui para um cenário positivo para movimentos populistas que encontram uma audiência (e também espaços midiáticos) receptiva a discursos *anti-establishment* e avessos à política tradicional (Mudde 2004) e um arsenal discursivo que pode ser facilmente explorado pelos mesmos. Como consequência, na segunda fase deste ciclo dinâmico de interação, atores populistas recorrem a aspectos midiáticos retóricos e se utilizam de estilo discursivo que atenda às necessidades e lógicas midiáticas para garantir destaques nesses meios e, assim, conquistar uma percepção pública positiva e reconhecimento por meio da legitimidade midiática.

Este argumento é reiterado por outros estudos sobre o fenômeno, pois alegam que crises de institucionalidade ou econômicas constituem terreno fértil para movimentos populistas. Para Canovan (1999), o populismo surge como uma reação dentro do sistema democrático a uma assimetria provocada por um excesso de pragmatismo na política (entendido também como ceticismo) e um *déficit* de redenção. A política redentora, também chamada pela autora de política da fé, implica a mobilização do entusiasmo popular para a salvação (religiosa ou secular) do país por meio da ação política governamental. Nessa lacuna ou desequilíbrio entre estas duas forças que compõem o sistema democrático, há potencialmente o impulso por uma reforma política em geral, abrindo espaço para qualquer movimento que busca melhorar o lado redentor da política, inclusive movimentos populistas.

Nessa perspectiva de mobilização de insatisfações e afetos nos eleitores como aspecto essencial ao populismo, Ernesto Laclau (2011), em seu livro *A razão populista*, articula Freud e Lacan para embasar, por meio de fundamentos da psicanálise, o papel central dos afetos e paixões na construção das identidades políticas populares. Para Laclau, a lógica populista emerge em contexto de insatisfação generalizada, protagonizada por uma liderança carismática que se coloca como defensora da mudança e das demandas não atendidas de diferentes grupos sociais, a princípio desconectados.

Como muitos autores têm enfatizado (Gomes 1996; Waisbord 2013), o populismo é um conceito elástico, repleto de interpretações sobre diferentes fenômenos políticos e cheio de definições inconsistentes em disputa. Logo, a literatura indica que não há ainda uma definição amplamente aceita e consolidada no campo. As conclusões conflitantes sobre o conceito podem ser

explicadas pela sua teoria imprecisa, que busca explicar diferentes fenômenos políticos por meio de um mesmo conceito, falhando muitas vezes ao interpretar o populismo enquanto sistema político. A esta situação, soma-se a compreensão pejorativa do termo pelo senso comum, construído em conjunto por meios de comunicação, que misturam a noção de “popular”, “populismo” e “popularidade” (Pires & Castro 2014), por vezes intencionalmente.

Para Ernesto Laclau (2011), que refuta a ideia do populismo como ideologia política e uma “anormalidade” no sistema democrático, populismo pode ser compreendido como uma dimensão da cultura política que reúne uma série de instrumentos discursivos retóricos que podem ser utilizados de forma sistemática por movimentos ideológicos muito diferentes. Modulado por um discurso antielitista que visa construir uma dicotomia nós, o povo, *versus* eles, as elites, o populismo é uma cadeia de recursos discursivos articulados em uma visão simplificada e antagonista do povo contra o bloco que governa, logo, os poderes estabelecidos, e se apresenta como ponto de partida para uma reconstrução mais ou menos radical de uma nova ordem.

Chamado por Kazin (1995) de estilo retórico, o populismo utiliza uma linguagem sem pompa, espontânea, simples, franca, eloquente e belicosa, típica do estilo panfletário, além de articular adornos retóricos baseados na emoção, afeto e exaltação, para sedimentar o elo entre o líder e os cidadãos, e estimular o entusiasmo que atrai para a arena política pessoas que normalmente não participam dos assuntos políticos cotidianos. Entre elementos tipicamente apontados nos estudos sobre o populismo clássico e o atual neopopulismo (Waisbord, 2013) estão o *personalismo*, a contrariedade ao *establishment*, um discurso antipolítico, o destaque ao desejo da maioria popular, a relação direta entre o povo e seu representante. Nesse aspecto, Canovan (1999) pontua dois elementos centrais para a lógica populista: o apelo ao povo unido à nação contra quem a divide; e o antielitismo, entendendo elite aqui não só pelo viés econômico, mas também como elite intelectual, artística, cultural e política. Ou seja, os discursos populistas mantêm em comum a ênfase nas “pessoas comuns”, por isso as soluções dos problemas sociais propostas nas narrativas destes atores políticos são apresentadas, em sua maioria, de forma simples e direta para os problemas das pessoas comuns.

No livro *Populist Political Communication in Europe* (2017), desenvolvido pela Routledge Research, os pesquisadores explicam três elementos-chave que formariam a parte constitutiva do coração da comunicação populista. São eles: a) a construção comunicativa de pessoas, chamado de “povo” e “nós”; b) o

discurso antielitista, com ataques às elites, instituições e sistemas que representam o poder vigente; c) grupos externos que ameaçam o povo real, legítimo. Segundo o autor, a soma destes três elementos forma um quarto tipo de comunicação política populista utilizada predominantemente por movimentos de extrema direita.

Sem a pretensão de esgotar as diferentes perspectivas e abordagens desenvolvidas sobre o tema, nesta breve revisão de literatura buscamos evidenciar a centralidade desempenhada pela comunicação na conformação do entendimento de populismo para diferentes estudiosos. Desta forma, evidenciamos aqui o papel da comunicação como um elemento chave constitutivo da lógica populista, compreendendo populismo enquanto estilo comunicativo desenvolvido por meio de um arsenal de instrumentos discursivos empregados por movimentos e atores políticos. No entanto, não se trata unicamente de manipulação retórica calculada, pois não ignoramos aqui a possibilidade de reais convicções dos atores políticos em suas interpelações. Afinal, a lógica populista é um elemento democrático nos sistemas representativos (Laclau 2011, p. 274).

A partir desta compreensão, torna-se relevante entender as transformações que as mídias digitais trazem para esta prática discursiva. As plataformas digitais e a internet, de forma geral, fornecem novos espaços e possibilidades para atores políticos exercerem sua voz e estabelecerem novas formas de relacionamento e interação com os cidadãos. Nesse sentido, os novos aplicativos online de interação social aumentam o potencial comunicativo de atores políticos e desempenham um papel importante na própria proposta da lógica populista. Movimentos e atores sociais que utilizam o discurso populista podem espalhar suas ideias e narrativas através de estratégias específicas de comunicação somadas ao uso da internet e de mídias sociais. Desta forma, é possível evitar os possíveis obstáculos colocados pela mídia tradicional e pelas regras de propaganda eleitoral tradicionais em veículos de comunicação de massa, como a limitação de tempo no Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE), de acordo com a coligação da chapa.

O sucesso eleitoral de Bolsonaro junto ao de outros líderes populistas de extrema-direita, como Viktor Orbán na Hungria, Donald Trump nos Estados Unidos e Narendra Modi na Índia, apontam para novas práticas político-comunicacionais que se apropriam de ferramentas tecnológicas já coladas no cotidiano dos cidadãos, somado a retóricas emocionais e espetaculares para potencialização de narrativas populistas. Apesar de ainda incipientes, estudos já apontam como a comunicação via redes sociais online “não só atende como

potencializa a lógica populista da comunicação política e a crise de representatividade institucional nas democracias contemporâneas” (Carvalho & Cervi 2018, p. 86).

Desta forma, a compreensão do que constitui o populismo precisa ser repensada pelo campo da Ciência Política e da Comunicação Política, tendo em vista as novas dinâmicas comunicacionais na rede e a arquitetura do espaço online, considerando a diversidade de práticas discursivas que permeiam a esfera pública nas democracias contemporâneas.

3. Metodologia

Neste estudo nos debruçamos sobre a Bolsonaro TV, canal oficial na plataforma *YouTube* da campanha do candidato do PSL, inaugurada em setembro de 2017 e que totalizou mais de 80 milhões de visualizações do conteúdo postado deste período até dezembro de 2018, e com um público assinante de mais de 1,4 milhão de pessoas. Associado ao canal oficial de Jair Bolsonaro, no ar desde junho de 2009 e contando, em dezembro de 2018, com audiência de 2,31 milhões de assinantes, a Bolsonaro TV configurou-se em uma das principais ferramentas de comunicação direta com seus eleitores. Em termos de visualizações, no entanto, ambos os canais contam cada um com aproximadamente 80 milhões, com a Bolsonaro TV levando ligeira vantagem.

Os mais de 520 vídeos postados no canal compreendem um universo heterogêneo de formatos e conteúdos. Há vídeos com duração inferior a cinco segundos e outros que superam uma hora. Há aqueles gravados em comícios, outros em palestras, passeios e até durante sessões de beleza do candidato. Há vídeos em que o candidato aparece sozinho, outros onde é acompanhado pelos filhos e por integrantes da campanha e outros ainda que mostram o candidato sendo carregado pela multidão ou a ela se dirigindo.

Num primeiro momento, baseamos nossa análise apenas nos vídeos onde o candidato fala diretamente para a câmera, em oposição a entrevistas individuais ou palestras, buscando captar seu discurso mais amplo e procurando evitar aqueles moldados para um ou outro público receptor específico. No entanto, entendemos que seus discursos ao ar livre, como comícios, também serviriam como comunicação direta para sua base genuína e, portanto, estes também foram adicionados à análise posteriormente. Como outro critério de seleção, selecionamos também aqueles em que não houvesse qualquer tipo de edição,

montagem ou truncagem que adicionasse qualquer camada relevante de significado relacionado à produção ou pós-produção, buscando analisar a escolha dos poucos elementos escolhidos para estarem em cena, além do discurso em si.

Optamos por este recorte e não outro que incluísse deliberadamente conteúdos que já antecipávamos afeitos ao discurso populista, exatamente para tentarmos captar o discurso de campanha em sua natureza mais pura, sem os efeitos de moderação, consciente ou inconsciente do ator político, por consequência de, por exemplo, uma plateia distante ou, em última instância, oposicionista, nem afetado por qualquer tipo de edição. Dessa forma, obtivemos material que demonstra o discurso de campanha do ator político em análise em seu aspecto mais espontâneo e, com isso, evitamos vieses de conteúdo na análise do programa, cujo funcionamento será descrito mais adiante, sem incorreremos na tentação de escolher previamente quais conteúdos seriam mais ou menos aderentes às hipóteses que pretendíamos testar. Em resumo, nossa escolha foi no sentido de dar o tanto mais de naturalidade possível ao discurso proferido em ambiente favorável e confortável ao ator político em análise.

Assim, nossa amostra compõe-se de 35 vídeos, somando 414 minutos e 21 segundos ao todo de material publicado entre 11 de março e 23 agosto de 2018, período que compreende toda a pré-campanha até o início da propaganda eleitoral gratuita em TV. Todo este material nos proporcionou subsídios tanto para a análise do discurso quanto para a reflexão do papel da materialidade associada à presença do candidato em vídeos na plataforma *YouTube*.

Para a análise da narrativa e das operações retóricas, optamos por decupar o texto de todos os vídeos, usando a ferramenta *Voice Typing* da plataforma *Google Docs*. Trata-se de uma ferramenta automática de transcrição de áudio para texto, a qual se mostrou eficaz nos vídeos de internas com níveis baixos de ruído, resultando em textos fiéis às falas dos atores em tela. Para gravações externas, porém, a ferramenta apresentou dificuldades, devido à multiplicidade de vozes e ruídos concomitantes, o que só pode ser solucionado com acompanhamento e eventual interferência humana durante o processo, prejudicando a rapidez proposta pela automatização.

Uma vez transcritos, submetemos o texto sem qualquer edição ou revisão posterior à ferramenta de análise lexical *iRaMuTeQ*, pacote expandido específico para análise textual do software estatístico R. Esta etapa nos permitiu categorizar as 37.979 palavras em classes de vocabulários segundo sua frequência e, em uma segunda análise, correlações lexicais (qui quadrado). Este processo

nos auxiliou na identificação de padrões e combinações entre palavras localizadas em frases de diferentes classes de vocabulários (Reinert 1990) que nos guiaram em nossa análise qualitativa. Saber que, em determinado discurso, há palavras que sempre aparecem juntas e outras que nunca compartilham frases nos ajuda a identificar quais os vocábulos envolvidos em determinado assunto que têm relevância estatística. Dessa associação, surgem as nuvens de palavras que serão apresentadas a seguir, que são as palavras mais relevantes em cada uma das classes de vocabulários identificadas.

A associação entre essas classes e as operações retóricas vinculadas aos discursos populistas em geral e, em particular, os instrumentalizados por Bolsonaro levando em consideração a sua leitura de contexto e conjuntura será apresentada mais à frente quando analisarmos especificamente cada uma das famílias vocabulares identificadas.

Quanto à materialidade, nossa análise é de todo qualitativa, focando principalmente nos aspectos que a plataforma *YouTube* oferece no que diz respeito à ubiquidade, portabilidade, compartilhamento e disponibilidade do conteúdo a qualquer momento. Estes aspectos são essenciais como diferenciação em relação a outros meios, principalmente o HGPE, pois que o conteúdo chega a qualquer momento em contato com sua audiência, seja ela assinante ou não do canal, através de outras plataformas de redes sociais. Inclusive, a própria plataforma *YouTube* contribui para a expansão de alcance dos conteúdos produzidos para HGPE, porém, no caso em questão, isso não foi objeto de nossa análise.

4. Discussão

Nesta parte do trabalho, será feita análise dos conteúdos a partir da perspectiva de vocabulários ou materialidades, cada uma dessas abordagens sendo detalhada, conforme se apresenta a seguir.

4.1. Vocabulários

Os estudos de Comunicação Política apresentam perspectiva de centralidade da televisão durante o Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (Albuquerque 1999; Aldé 2001; Borba & Aldé 2016). Entretanto, as tecnologias digitais mudaram esse cenário e as metodologias de análise para TV já não dão conta

sozinhas de lidar com o discurso populista imerso nas produções para outros meios também audiovisuais. Em 2018, o PSDB arregimentou a maior fatia de tempo no HGPE nas eleições presidenciais. Contrariando expectativas, Jair Bolsonaro (PSL), com apenas seis segundos diários de TV, deixou para trás campanhas que utilizaram modelos tradicionais baseados em mídias de massa, debates e corpo-a-corpo com eleitores. Paralelamente, pesquisas sobre a imbricação entre Internet e campanhas eleitorais no Brasil compõem *corpus* robusto (Aldé & Marques, 2015, entre outros), mas dado o dinamismo tecnológico, não conseguem dar conta das mudanças.

Atualmente, o *YouTube* é uma alternativa para candidatos que detêm pouco tempo de veiculação em rádio e TV. No cenário digital, vídeos são facilmente compartilhados, e essa *spreadability* (Jenkins, Ford & Green, 2013) dá ganho de escala ao material de campanha. Por isso, análises centradas no HGPE, apesar de importante termômetro para se inferir o potencial de circulação da mensagem política e capacidade de articulação política através do número de partidos coligados, não é mais suficiente para se medir a influência dessa mensagem como um todo.

Como resultado da submissão das 37.979 palavras, o software iRaMuTeQ gerou o Dendograma (cf. Gráfico1) que demonstra quantos vocabulários foram identificados e monta-os conforme uma árvore genealógica, onde os vocabulários que se bifurcam de um mesmo ramo compartilham, em alguma medida, as mesmas palavras e, portanto, são mais próximos entre si. Foram identificadas quatro classes de vocabulários específicas: a Classe 1, contendo 41,5% do universo total de palavras; a Classe 2, com 22%; a Classe 3 com 10,9% e a Classe 4 com 25,6% do total conforme a Figura 1. Para termos uma ideia das palavras mais importantes em cada uma das Classes, utilizamos as nuvens de palavras correspondentes, representadas pelas Figuras 1, 2, 3 e 4. A posição de cada palavra dentro da nuvem corresponde à frequência com que ela aparece na íntegra dos textos analisados. Quanto mais elevada a frequência, a palavra aparece maior e mais ao centro.

A análise do Dendograma nos leva a inferir que há dois grandes vocabulários representados pela primeira bifurcação, onde um ramo leva à Classe 4 enquanto o outro compreende as Classes 1, 2 e 3. Isso significa que o vocabulário da Classe 4 se destaca dos outros três, enquanto as Classes 1, 2 e 3 se aproximam pois são consequentes do mesmo ramo inicial. Por outro lado, as Classes 1, 2 e 3, apesar de próximas, contêm em si palavras que as diferenciam, correspondentes a vocabulários referentes a conteúdos próprios a cada uma,

com maior relevância para a Classe 1. Assim, os temas representados pelas Classes 1 e 4 são mais recorrentes, enquanto os temas 2 e 3, apesar de importantes dentro do recorte analisado, são temas menos recorrentes.

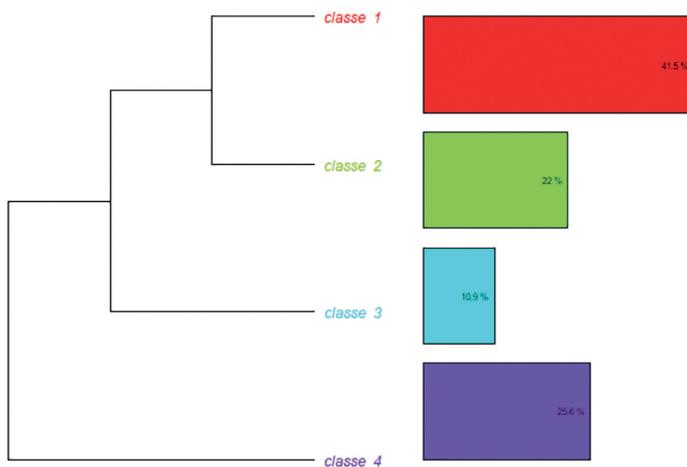


Gráfico 1



Figura 1. Classe de vocabulário 1

o patriotismo, a honestidade, nós temos” (maio, 2018), “temos que acreditar, temos que ter fé, ter confiança que nós podemos mudar então o nosso Brasil” (maio, 2018), “vamos mudar isso daí, nós devemos acreditar no futuro do Brasil” (junho, 2018). Podemos sugerir que o tema tratado na Classe 4 é a construção de um nacionalismo idealizado, fraterno e pio, mobilizado através de uma abordagem retórica emocional, utilizando termos como “amigo”, “abraço”, “coração”, “amor”.

A construção narrativa de uma nação unida, idealizada e centrada no povo é um elemento central na lógica populista. Segundo Laclau (2011), o “povo” como ator histórico potencial é constituído também a partir da união de uma pluralidade de demandas populares, sendo esta totalização um embrião da configuração populista. A construção da identidade popular discursiva, que pretende representar a totalidade social a partir de uma parcialidade, precisa englobar tantas demandas particulares de forma equivalente, em uma extensa cadeia de demandas, que tende a ser um significante vazio, originando um processo de simplificação e esvaziamento ideológico dos discursos. Para isso, a linguagem imprecisa, flutuante e emocional é elemento chave da comunicação populista, devido à heterogeneidade da sociedade, o significante vazio que permite que diferentes públicos se unam sob um rótulo comum, apesar de valores e desejos complexos e distintos. O processo retórico de construção desta identidade global se dá a partir de sequências discursivas que articulam, a partir da lógica de equivalências, demandas populares não atendidas e a partir da lógica da diferença definem a identidade negativa, o inimigo político. Esta totalização identitária pressupõe exclusão, chamada pelo autor de fronteira antagônica interna, devido à natureza diferencial de toda identidade social que a liga e separa de outras identidades.

Um ponto relevante da análise é a ausência da própria palavra “povo” nos resultados obtidos. Ela aparece 86 vezes no material coletado, praticamente em todos os vídeos analisados. O fato de esse termo não ter a centralidade que esperaríamos em um discurso populista explica-se pela metodologia utilizada. O principal ganho da utilização do método Reinert para a análise lexical é retirar o peso interpretativo do pesquisador na classificação (Cervi 2018). Substituindo a decisão deliberada pelo algoritmo, alcançamos uma fidelidade maior na classificação de unidades temáticas. Porém, certos termos, por serem comuns a todas as unidades temáticas, podem acabar obscurecidos por outros termos que, analisando cada tema em separado, perdem relevância. Isso significa que o termo “povo” aparece com muita frequência em todos os vocabu-

lários identificados e, por isso, não é essencialmente destaque em nenhuma temática. Podemos inferir que a palavra “povo” perpassa todo o discurso, como sendo uma base que todas as temáticas compartilham, a base na qual os vocabulários se sustentam. O fato de o termo em si não ter centralidade em nenhum vocabulário temático específico, mas ser muito recorrente, nos leva a crer que todas as temáticas, de alguma forma, se associam a ele.

Para exemplificar, destacamos algumas frases que ilustram essa recorrência: “acredito em vocês e nós acreditamos no Brasil. Eles podem ter tudo, mas só nós temos o calor, o amor e o apreço da população do Brasil” (agosto, 2018). “de modo que possamos dar esperança para o povo via política nós realmente resgatamos o nosso Brasil” (março, 2018). “respeito ao povo brasileiro nos valores familiares nos valores também judaico-cristãos” (abril, 2018). “nós temos o povo brasileiro de nosso lado” (abril, 2018). “acredito em Deus e confio no povo brasileiro” (abril, 2018). “o nosso povo merece um presidente homem ou mulher que seja honesto, que tenha Deus no coração e seja patriota. O nosso país tem tudo pra ser uma grande nação e não esquecer o povo maravilhoso” (abril, 2018). “o capitão Jair Bolsonaro, o que eu posso garantir a vocês é respeito ao povo brasileiro é respeito à família brasileira (abril, 2018). “o Brasil será uma grande nação do tamanho do seu povo” (abril, 2018).

Pela análise da Classe 1 (cf. Figura 1), trata-se de um vocabulário composto por termos referentes à mídia (“globo”, “jornal”, “época” - referente à revista –, “imprensa”) bem como termos negativos (“lamentavelmente”, “fake”, “desserviço”), do que podemos inferir um discurso anti-midiático e de promoção de questionamento em relação à veracidade das informações veiculadas pelas empresas chamadas “grande mídia”. Isso faz sentido quando pinçamos do texto integral algumas frases que exemplificam tal posicionamento, como “nós temos várias ações na Justiça, essa vai ser mais uma, né revista Época. Olha, isso não é fake news não, isso é calúnia, difamação”, ou ainda “essa jornalista que prestou um desserviço à verdade ao compromisso do jornalista em levar a verdade”, ambas frases proferidas em vídeos de julho de 2018. A palavra “globo”, referindo-se ou à TV ou ao jornal das Organizações Globo, é citada 22 vezes e, em todas elas, vemos uma associação negativa, sendo empregadas em frases como “mais uma mentira do jornal O Globo” e “jornal O Globo de hoje, quarta-feira, mais um fake news” (agosto, 2018), “vocês estão a serviço de quem? Revista Época do Sistema Globo, vocês estão apavorados, vocês estão apavorados com o cara aqui que estava sozinho né? Sozinho politicamente falando” (julho, 2018), “Rede Globo ou de perder a sua boquinha na propa-

ganda oficial do governo” (junho, 2018), “o Globo quer mostrar com isso que eu estou com a minha saúde fragilizada” (abril, 2018), para citar alguns exemplos. Podemos sugerir, portanto, que o tema representado é a mídia e que a abordagem utilizada ao tratar desse tema é uma abordagem negativa e pejorativa. Esse posicionamento faz parte de uma estratégia maior de deslegitimação que mira as oligarquias, em contraposição ao povo (De La Torre 1992, p. 386), oligarquia essa que pode englobar vários atores, entre eles a elite social, a classe política e a mídia. A intenção é exacerbar a mobilização nacionalista, com a promessa de devolver ao povo o poder, claro, através do candidato.

Já os vocábulos componentes da Classe 2 (cf. Figura 2) mostram um conjunto de noções aplicáveis a um discurso sobre si mesmo, de autopromoção ou, no mínimo, de apresentação. Palavras como “pai”, “mãe”, “filho”, “família”, “garoto” e “escola” remetem a uma narrativa do passado e das conexões familiares do narrador. Trata-se da tentativa de contar a própria história, apresentando-se ao seu público que, durante o período da pré-campanha, poderia ainda não estar familiarizado com o passado de Bolsonaro. Vemos nesta Classe também a referência a “Glicério”, cidadezinha do interior de São Paulo onde ele nasceu; “militar”, como referência do lugar profissional que ocupou; e, finalmente, palavras relacionadas à política como “governo”, “PT” e “PSDB”. As alusões aos partidos políticos, no entanto, aparecem como referência excludente, pontuando sua posição antagônica a eles, como no exemplo “da base aliada do governo apenas Jair Bolsonaro não foi comprado pelo PT” (abril, 2018) ou ainda “Temer só não foi pro espaço porque ele entregou tudo pro governo e continua a mesma bandalha do PT” (abril, 2018) ou sobre o PSDB especificamente “não aguenta mais 4 anos PT-PSDB continuar esse lixo” (junho, 2018), ou “o Brasil não aguenta mais um círculo de 4 anos com PT ou PSDB são irmãos univitelinos” (julho, 2018). Esta construção retórica retoma sua trajetória pessoal e política, desvincilhando-se dos principais atores de reputação negativa e aproximando-se ou, no mínimo, iluminando suas conexões com atores de reputação positiva segundo seu discurso.

Este discurso autocentrado e de promoção pessoal, além de fazer sentido em um início de campanha, também lança as bases para um viés personalista, onde o narrador se põe como igual a sua audiência, o que justifica a independência de sigla e políticas maculadas, e dissociação da classe política em geral. Em resumo, parece construir a ideia de que o caminho para o avanço do país pode ser atravessado desde que com ele como líder, pois sua trajetória pessoal o coloca como pessoa de confiança para guiar o povo, apenas o povo.

Este modo de representação personalista reflete o que Bernard Manin (1997) chamou de metamorfoses do sistema representativo, ao argumentar que a democracia de partido estava dando lugar a uma nova forma de democracia representativa, a democracia de público, devido à disseminação da mídia e, junto a isto, o surgimento do *marketing* político. Na democracia da audiência, os eleitores tendem a votar em pessoas, e não em um partido, evidenciando as transformações no comportamento eleitoral juntamente a mudanças na relação dos cidadãos com os partidos. Com isso, a personalidade dos candidatos torna-se um dos fatores essenciais no processo de escolha do melhor candidato.

Os fatores pessoais de candidatos ganharam importância a partir do forte crescimento dos meios de comunicação de massa e, assim, da espetacularização da política pelos mesmos, que impactou a forma com que os cidadãos consomem informação política devido à lógica do entretenimento midiático (Gomes 2014). A televisão e o rádio conferiram uma intensidade especial à personalidade dos candidatos e passaram a privilegiar os candidatos que têm a capacidade comunicativa como qualidade pessoal e dominam as técnicas da mídia. Assim, os partidos agora fazem campanhas centradas nos candidatos, em que a personalidade e história de vida dos mesmos ocupam o lugar central da estratégia eleitoral. Segundo Manin, o lugar dos burocratas e líderes de partido cada vez mais tem sido tomado pelos políticos comunicadores.

Podemos encontrar semelhanças nesta espectralidade e na lógica populista, por meio do uso de veículos de comunicação de massa para contornar os mecanismos partidários e estabelecer uma “relação direta” com o eleitorado (Manin 1997, p. 20). Podemos considerar esta personalização eleitoral como um terreno fértil para discursos populistas, pois amplia a possibilidade de conquista de legitimidade pessoal e política através do palco público, para além do aparelho partidário e das instituições tradicionais, assemelhando-se, assim, a aspectos do discurso populista de apelo ao povo, relação direta com o eleitorado e a figura de um líder político com legitimidade suprapartidária.

O uso de uma narrativa de diferenciação antagonista nesta mesma classe evidencia o objetivo dos discursos contidos na Classe 2 de construção identitária do personagem político, mecanismo necessário em toda campanha eleitoral na democracia de audiência. Os candidatos precisam não só delinear suas características, como definir quem são seus adversários, pois a lógica eleitoral de governos representativos necessita de fatores de divisão e diferenciação entre os candidatos para que se possa distingui-los, gerar identificação com o eleitorado e mobilizar seus adeptos a favor de si e contra adversários.

E, finalmente, quando analisamos a pequena amostra que compõe o vocabulário da Classe 3 (cf. Figura 3), podemos observar que se trata do discurso sobre política em si. É aqui onde o então pré-candidato fala sobre seu partido PSL, seus aliados e correligionários (“magno”, para Magno Malta - na época cotado como concorrente à vice-presidência; “olímpio”, para Major Olímpio - candidato à Câmara por São Paulo pelo PSL), entre outros termos, como “senador”, “deputado”, “estado”, “eleição”, “vice” etc. Estes termos, que aqui correspondem a pouco mais de 10% do total de vocábulos de nosso universo, mostram que, em seu discurso, Bolsonaro faz questão de incentivar candidaturas de seus apoiadores e considera seus aliados para outros cargos legislativos e executivos em pleito. O fato de o discurso essencialmente político ocupar apenas 10% de seu discurso no período pré-campanha nos leva a crer que não havia intenção ainda de transmitir ao seu público maiores informações sobre as políticas públicas nacionais que, uma vez eleito, implementaria, posição que se preservaria ao longo de toda a campanha. Esta porção de seu discurso é também essencialmente racional (“eleger”, “disputar”, “filiar-se”, “votar”) e, tendo sido preterido em favor de um discurso mais emocional, característica essencial apontada por Waisbord (2013) quando diz que “No mundo bipolar do populismo, o conhecimento popular fica contra o mundo das elites e dos intelectuais, emoções contra cérebros [...]”.

A primeira análise que podemos fazer do conjunto do discurso, englobando todas as classes de vocábulos e as frequências com que os principais vocábulos aparecem, é a de que, neste momento, Bolsonaro estava se apresentando no cenário pré-eleitoral. Passou bom tempo falando de si e seu passado, o caminho que construíra até ali e, com menos frequência, sobre os aliados que, naquele momento, o ajudariam a construir seu caminho até o Palácio do Planalto. Ao mesmo tempo, utilizava a maior parte do tempo em contato com seu público a elaborar uma narrativa de desconstrução da legitimidade da mídia e de construção de uma esperança nacionalista pia baseada em significantes vazios.

Porém, a análise apenas da frequência com que as palavras se apresentam ao longo dos discursos poderia ser enviesada sem sua devida contextualização. Com isso, optamos por fazer uma segunda análise, considerando a correlação entre as palavras dentro dos vocabulários, no intuito de perceber com maior acurácia quais palavras têm mais correlações dentro das frases de cada classe de vocabulários. A ideia aqui foi correlacionar os termos mais frequentes para tentar identificar a ideia central de cada vocabulário identificado. Mais uma

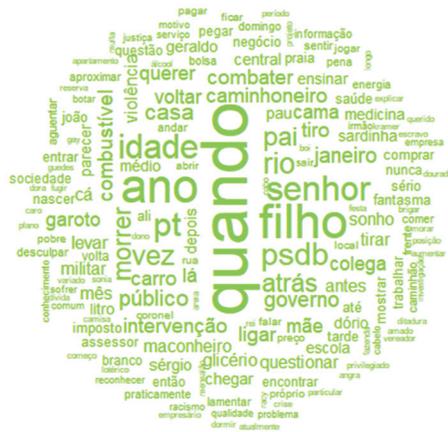


Figura 7. Análise por correlação da Classe 2



Figura 8. Análise por correlação da Classe 1

Assim como a análise por frequência esmiuçada acima, a análise por correlação também posiciona os termos mais correlacionados ao centro e aumenta seu tamanho em relação aos outros. Podemos perceber que em todas as nuvens há pouca alteração entre os termos mais frequentes e mais correlacionados em cada classe de vocabulário. A comparação entre duas nuvens relativas à Classe 4, por exemplo, mantém a centralidade dos vocábulos “Deus” e “Brasil”. Per-

cebemos que estas palavras vêm correlacionadas com os vocábulos “acreditar”, “mudar”, “destino” e “nação”, o que corrobora nossa análise anterior e nos leva a crer que o tema desta classe de vocabulário é a construção de uma narrativa nacionalista pia, que pretende se apropriar de abordagens religiosas para subvencionar uma crença na capacidade do candidato em mudar o destino da nação.

Da mesma forma, a nuvem correspondente à Classe 1 corrobora nossa análise de que nos deparamos com um discurso de deslegitimação da mídia e tomada de posição contra certos atores na paisagem política, ao apresentar os vocábulos “fake”, “news”, “revista”, “imprensa” só que, aqui, as vemos associadas a outros vocábulos de grande centralidade “Lula”, “Dilma”, “preso”, “mentira” e “dinheiro”. O mesmo acontece com a Classe 2, com a centralidade da referência a sua história pessoal, ao seu passado – aqui, como na primeira análise, as palavras “quando”, “pai”, “filho”, “colega”, “mãe” etc. tem muita centralidade, denotando o discurso sobre o tempo – e também com a Classe 3, desta vez deixando ainda mais clara a referência ao seu discurso político, trazendo a centralidade máxima da palavra “PSL” e a grande correlação com “deputado”, “senador”, “disputar” e “eleger”. Assim, a identificação das correlações mais relevantes nos ajuda a confirmar nossas hipóteses levantadas em nossa análise das frequências.

4.2. Materialidades

Nossa abordagem sobre materialidades na comunicação parte do arcabouço teórico proposto por Gumbrecht e Pfeiffer (1994), e busca oferecer uma alternativa não-hermenêutica de análise – uma vez que a análise do discurso através do vocabulário utilizado visa essencialmente a produção de sentido pelo método hermenêutico de distanciamento entre sujeito e objeto –, contribuindo para a expansão da abrangência da análise, ao incorporar também “fenômenos e elementos que contribuem para o sentido sem serem, eles próprios, sentido” (*idem*).

Não podemos deixar de abordar o fato de que a plataforma utilizada para a publicação dos vídeos é, em si, um fator contribuinte para o sentido mais amplo da produção de presença intencionada como campanha pré-eleitoral do candidato. A plataforma *YouTube* caracteriza-se por sua ubiquidade, podendo ser acessada de diversas formas e através de diversos dispositivos, o que substitui

a impossível onipresença física do candidato. O conteúdo (o candidato?), portanto, pode ser acessado pelo usuário tanto em trânsito quanto no momento mais propício no conforto do seu lar, no computador, no *tablet* e, como o próprio HGPE, com a vantagem da disponibilidade a qualquer momento, na TV, inclusive podendo ser avisado com antecedência de sua transmissão ao vivo ou no momento da publicação. Em última instância, o usuário leva consigo o discurso do candidato, compartilha-o exponencialmente através das redes sociais e funciona, ele mesmo, como um motor de expansão da mensagem.

Contudo, a metodologia materialista aplicada neste artigo não dá conta de explicar todos os fenômenos que levam em conta a expressão corporal do candidato, a interface dos usuários com a plataforma e outras implicações que possam decorrer deste relacionamento direto.

5. Conclusões

Foi intuito deste trabalho tirar uma fotografia do momento em que o discurso populista toma as ruas através da atuação de Jair Bolsonaro em sua campanha eleitoral para o pleito majoritário de 2018. Longe de pretender fazer um abarcamento histórico exaustivo do tema Populismo, tratado por autores nacionais e internacionais ou sequer articular possíveis adaptações, conscientes e inconscientes, levadas a cabo pelo ator político em questão do que se tem hoje como ponto pacífico entre acadêmicos sobre o comportamento e retórica populistas, menos ainda o de conjecturar sobre a conjuntura onde emerge do discurso populista de Bolsonaro, nosso objetivo foi meramente o de tentar esclarecer o fato que identificamos através da observação crítica, primeiramente, e através de análise científica neste momento.

A partir desta análise, evidenciamos a necessidade de entendermos como o desenvolvimento de fenômenos populistas em diversos países pode estar relacionado às transformações nos processos comunicativos, principalmente quando novas plataformas de comunicação contemporâneas têm papel tão central em todas as mediações sociais e, principalmente, na mediação entre candidato e eleitor.

Como uma dessas plataformas, o *YouTube* tornou-se uma ferramenta essencial para a pré-campanha de Jair Bolsonaro, usada posteriormente de forma intensa e constante durante a campanha, tal fato possibilitou acesso alternativo

aos eleitores, fugindo da necessidade de grande exposição em TV, paga ou via HGPE, e expansão de seu discurso a nível nacional.

Pudemos identificar neste discurso diversos traços que o aproximam do discurso populista, tais como o personalismo, o apelo ao “povo”, o relacionamento direto, a narrativa antagônica e antissistema, o nacionalismo ufanista, além do ingrediente religioso que, se pudermos, identificamos como uma peculiaridade que o aproxima de um eleitorado específico, porém relevante nacionalmente. Ainda, há outros debates na literatura acerca do próprio conceito de populismo e suas versões contemporâneas, como o neopopulismo e o pós-populismo que nossa análise não chega a abordar (Waisbord 2013). Pois, estabelecemos como foco, neste momento, entender, primeiramente, aspectos do discurso populista em diálogo em diferentes fenômenos e ideologias ao longo do tempo, evidenciando a urgência para o campo científico de se debruçar sobre os aspectos comunicativos do populismo enquanto recurso retórico, que pode vir a ser utilizado por diferentes agentes sociais, inclusive a mídia.

A metodologia escolhida neste trabalho nos possibilitou inferir sobre estratégias retóricas utilizadas pelo candidato vitorioso. No entanto, possui limitações para a análise de outros aspectos, como a contribuição da expressão corporal do candidato para o processo retórico, os impactos da interface da plataforma de vídeo no usuário, diferenças de engajamento dos seus apoiadores comparado a outros canais digitais utilizados por Jair Bolsonaro e se os aspectos do discurso populista do candidato eleito foram utilizados predominantemente ou de forma diferenciada nesta plataforma de vídeo, em comparação aos outros aplicativos de interação social online. Questões estas devem vir a ser analisadas em trabalhos futuros, para a compreensão em maior profundidade de estratégias de novos atores políticos em um ambiente hiperconectado.

Referências

- Aalberg, T.; Esser, F.; Reinemann, C. et al. (2006). *Populist Political Communication in Europe*. Routledge. Disponível em <http://www.tandfebooks.com/doi/book/10.4324/9781315623016>
- Albuquerque, A. (1999). *Aqui você vê a verdade na tevê: a propaganda política na televisão. Niterói*. (Dissertação de Mestrado em Comunicação, Imagens e Informação (MCII), Universidade Federal Fluminense).

- Aldé, A. (2001). *A construção da política: cidadão comum, mídia e atitude política*. (Dissertação de Doutorado em Ciências Humanas: Ciências Políticas, Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro)
- Aldé, A. (2011). Cidadãos da Rede. *Contemporânea –Revista de Comunicação e Cultura*, 9 (3/9), 370-388.
- Aldé, A. & Marques, J.M. (2015). *Internet e Poder Local*. Salvador: UFBA.
- Arditi, B. (2004). Populism as a Spectre of Democracy: A Response to Canovan. *Political Studies*, 52, 135-143.
- Borba, F. & Aldé, A. (2016). Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral e a Formação de Opinião Pública. In: *X Encontro da ABCP - Associação Brasileira de Ciência Política*, 2016, Belo Horizonte. Ciência Política e a Política: Memória e Futuro.
- Canovan, M. (1999). Trust the People! Populism and the Two Faces of Democracy. *Political Studies*, XLVII, 2-16.
- Carvalho, F. C. & Cervi, E. U. (2018). Mais Populismo, Menos Representatividade: Monitoramento e Lógica Populista da Comunicação Política em Redes Sociais Online. *Revista Estudos Políticos*, 9 (1), 86-103. Disponível em: <http://revistaestudospoliticos.com/>. Consultado em 22 nov. 2020.
- Cervi, E.U. (2018). Análise de conteúdo automatizada para conversações em redes sociais online: uma proposta metodológica. *42º Encontro Anual da ANPOCS, Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais*. Caxambu-MG.
- Chauí, M. (1992) Público, privado, despotismo. In: Novaes, A. (org.). *Ética*. São Paulo: Companhia das Letras; Secretaria Municipal de Cultura, p. 345-390.
- De La Torre, C. (1992). *The Ambiguous Meanings of Latin American Populisms*. *Social Research*, 59 (2), 385-414.
- Frajman, E. (2014). Broadcasting Populist Leadership: Hugo Chávez and Aló Presidente. *Journal of Latin American Studies*, 46(03), 501-526.
- Gomes, A.C. (1996). O populismo e as ciências sociais no Brasil. *Tempo*, 1 (2), 31-58.
- Gomes, W. (2004). *Transformações da política na era da comunicação de massa*. São Paulo: Paulus.
- Gomes, W. (2015). *A política na timeline*. Salvador: EDUFBA.
- Gumbrecht, H.U. & Pfeiffer, K. L. (1994). *Materialities of Communication*. Stanford: Stanford University Press.
- Haussen, D.F. (1996). Rádio, populismo e cultura: Brasil e Argentina. (1930-1955). *FAMECOS*, 5.
- Jenkins, H. Ford, S. & Green J. (2013). *Spreadable media: creating value and meaning in a networked culture*. New York: New York University Press.
- Kazin, M. (1995). *The Populist Persuasion*. Cornell University Press.
- Kreiss, D. (2015). Digital Campaigning. In: Coleman, S.& Freelon, D. (Org.), *Handbook of Digital Politics*. Cheltenham: Edward Publishing, p. 118-135.
- Laclau, E. (2011). *A Razão Populista*. São Paulo, Três Estrelas.

- Manin, B. (1997) *The principles of representative government*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Mazzoleni, G. et al. (2003). *The media and neo-populism: a contemporary comparative analysis*. Greenwood Publishing Group.
- Mudde, C. (2004). *The Populist Zeitgeist: Government & Opposition*, 39 (3). Disponível em: http://works.bepress.com/cas_mudde/6/.
- Pires, T.M.C.C. & Castro, M.C.P.S. (2014). Lulismo: entre o popular e o populismo. *Revista Contracampo*, 30, (2), 24-43.
- Reinert, M. A. (1990). Une méthodologie d'analyse des données textuelles et une application: Aurelia de Gerard de Nerval. *Bulletin de Methodologie Sociologique*, 26, 24-54.
- Reinemann, C., Vreese. C.H., Esser, F., Strömbäck, J. & Aalberg. T. (2017). *Populist Political Communication in Europe*. Routledge Research in Communication. New York: Routledge.
- Shannon, C. & Weaver, W. (1962). *The mathematical theory of communication*. Urbana: University of Illinois Press.
- Thompson, John B. (1998). *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. Petrópolis: Vozes.
- Waisbord, S. (2013). Populismo e Mídia: O Neopopulismo na América Latina. *Revista Contracampo*, 28 (3), 26-52. Niterói: Contracampo.
- Worsley, P. (1996). O Conceito de Populismo. In G. Ionescu & E. Gellner (eds), *Populismo: seus significados e características nacionais*. Londres: Weidenfeld & Nicolson, pp. 212-50.

EMERGÊNCIA DE UM NOVO POPULISMO NO BRASIL E LIBERDADE DE EXPRESSÃO: OS DESLOCAMENTOS DO DIZER VERDADEIRO NA POLÍTICA

Kátia Menezes de Sousa*

1. Introdução

Atendendo à proposta do Colóquio *Populismos e suas linguagens* e considerando os problemas da relação entre poder e economia que constituem as práticas políticas, não só brasileiras, mas das democracias do mundo ocidental, este trabalho tomou por objetivo discutir o modo como a extrema direita vem mobilizando um discurso de liberdade para justificar rompimentos com a justiça social, como também, falas e atitudes violentas. Esse objetivo formulado com base em acontecimentos da atualidade só pode ser atingido se tais acontecimentos forem considerados em sua dispersão no campo discursivo, no sentido arqueológico de Michel Foucault (1995), constituído por enunciados efetivamente produzidos. Apesar de se tratarem de enunciados que carregam a singularidade de sua situação, a análise de discursos de liberdade materializados por sujeitos extremistas e por meio de pautas autoritárias precisa considerar suas condições de existência, estabelecer suas correlações com outros enunciados a que podem estar ligados e mostrar que outras formas de enunciação excluem (Foucault 1995). As condições que dão possibilidade de existência às práticas populistas, ou mesmo autoritárias e fascistas, se ligam, de forma determinante, à emergência de acontecimentos desencadeados por manifestações de rua iniciadas em 2013 que iriam se efetivar com discursos de perseguição às políticas sociais e às práticas discursivas e não discursivas de grupos minoritários no Brasil e com a construção da polarização entre esquerda e direita.

* Professora do Programa de Pós-Graduação em Letras e Linguística, Faculdade de Letras da Universidade Federal de Goiás, Goiânia, Brasil ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3391-2594>
Km-sousa@uol.com.br

A repetição do *slogan* “O povo acordou” marcou o sentimento de uma parcela da população que se sentiu enganada pelos discursos de defesa das minorias apoiados pelo governo do Partido dos Trabalhadores (PT), considerado como de esquerda. Era o início do golpe que derrubaria a Presidenta Dilma Rousseff em 2016 e que sustentaria a vitória de Jair Messias Bolsonaro nas eleições de 2018, cuja campanha foi marcada por discursos de ódio e de difamação dos governos do PT. Termos como esquerdista, comunista, petralha (em referência a irmãos metralhas) passaram a servir de alcunha por seus eleitores e seguidores para agredir os eleitores de partidos alinhados à defesa das políticas sociais. Ao inventar uma esquerda como inimiga do crescimento econômico e incentivadora de uma moralidade desviante dos padrões da família tradicional, adeptos da extrema direita estenderam, a todas as políticas de defesa das minorias e do meio ambiente, a visão distorcida de que tais políticas aplicavam o dinheiro de impostos dos verdadeiros produtores das riquezas do país, os “homens de bem”, em ações que protegiam vagabundos, desviados da conduta moral, e em causas que emperravam o desenvolvimento da agricultura, da mineração e do turismo brasileiros. Mais interessante é perceber, pelo resultado das eleições presidenciais de 2018, que grande parte da classe média e também de pobres apoiaram as propostas de retirada de direitos trabalhistas e humanos conquistados historicamente por meio de lutas e mobilizações sociais.

Esse quadro de acontecimentos enunciativos, breve, mas que serve de gatilho para retomada de enunciados que margeiam e sustentam os enunciados que serão considerados a seguir, possibilita o recorte temporal e situacional feito para este artigo, como forma de atender à expectativa de ele poder explicitar a possibilidade de emergência de enunciados fascistas e não de outros que pudessem construir práticas políticas e sociais democráticas. Ou seja, este trabalho especula sobre as regularidades que dão conta da existência desses enunciados que constituem a luta travada em torno do direito à liberdade de expressão, protagonizada por Bolsonaro e seus seguidores, quando seus enunciados ferem os Direitos Humanos ou a Constituição brasileira ou a ética do dizer verdadeiro.

Mesmo Antes da campanha à eleição presidencial, Bolsonaro já dirigia palavras de ódio à esquerda, às minorias e suas lutas, de forma a inferiorizá-las e culpa-las pela desordem. Adotando essa postura, Bolsonaro se tornou um mito para parcela da população, visto como o corajoso, o salvador, aquele que fala a verdade, invertendo aí as posições sujeito, ao se colocar numa suposta

resistência à ditadura dos grupos minoritários, do politicamente correto, dos direitos humanos e dos programas sociais do governo anterior, e se colocando e colocando a população como vítimas.

Como forma de problematizar acontecimentos que trazem de volta discussões sobre as práticas populistas no governo das populações (Foucault, 2008a), o artigo é construído no sentido de contemplar quatro questões reitoras que enredam práticas que: implicam uma dada razão que une a moralidade tradicional da extrema direita ao neoliberalismo, elegendo o mercado e a moral como fundamento da liberdade, da ordem e do desenvolvimento da civilização; aproximam a forma de governar de Jair Bolsonaro aos ímpetus fascistas do passado; confundem práticas de liberdade de expressão com licença para cometer crimes com a adoção de uma estética da violência; e conduzem as condutas da população por meio da criação de inimigos que mentem para encobrir a verdade sagrada e absoluta que só pode ser conhecida por aqueles que seguem o líder. Nas seções seguintes, essas questões serão desenvolvidas no sentido de demonstrar como o populismo do governo de Jair Bolsonaro se aproxima do fascismo em suas estratégias de convencimento e condução da população.

2. “O trabalho liberta”: a economia neoliberal e a pauta de costumes

O enunciado “O trabalho liberta”, como os demais que abrem as seções seguintes, tem como referencial enunciados reatualizados por Bolsonaro e por seu governo. Em maio de 2020, a imprensa¹ noticiou que a Secretaria Especial de Comunicação Social (Secom) da Presidência da República usou o lema, que foi associado ao nazismo, “O trabalho liberta”, para divulgar as ações que o governo federal vinha tomando para conter o avanço do novo coronavírus no país. Antes de comentar sobre o embate construído em torno das medidas para conter a pandemia no país que se deu pela oposição entre a economia e a vida, outra reativação do enunciado em questão ocorreu com o lema “Não pense em crise, TRABALHE!”; proferido pelo presidente interino da República, Michel Temer, em seu discurso de posse² e, também, materializado em *outdoors* que foram espalhados pelo Brasil. Sousa (2017) considera que o enunciado chama

1 Um dos sites que publicou a notícia pode ser consultado em: <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2020/06/01/bolsonaro-posta-video-facebook.htm?cmpid>

2 Michel Temer assumiu interinamente a presidência da República em 13 de maio de 2016, após a votação, na Câmara dos deputados, do Impeachment da Presidenta eleita Dilma Rousseff, de quem era vice presidente.

a atenção, primeiro, por constituir o lema de um presidente interino que chegou à presidência por um golpe orquestrado com outros partidos políticos e não pelos votos de uma eleição direta e, segundo, por recuperar um dos argumentos para a derrubada da presidenta Dilma, com a insistência da existência de crise econômica, e de suas consequências figuradas nos discursos de diferentes domínios, que era lembrada a todo instante pelos veículos de mídia. O discurso do presidente interino marca um ponto inicial contraditório de seu governo ao afirmar a existência de uma grave crise, a pior crise vivida pelo Brasil, e, em sua posse, propor que ela fosse silenciada para uma simulação de sua inexistência, para produzir um clima de harmonia, interesse e otimismo.

Além de antecipar o negacionismo com o qual o Brasil ia conviver a partir de 2019, com a posse de Jair Bolsonaro, o enunciado do interino Michel Temer remete ao discurso nazista, como mostrou a matéria veiculada na página de Viomundo³ do dia 17/05/2016 que trazia como título: “Do portão de Auschwitz para o golpe de Temer”.

Foi no governo Temer que a reforma trabalhista foi aprovada, firmando a retirada de vários direitos dos trabalhadores sob a justificativa de gerar mais empregos e de conter a crise econômica. O que não aconteceu.

Ainda em 2016, num programa de televisão⁴, Bolsonaro disse que era muito difícil ser patrão no Brasil, porque o sistema trabalhista brasileiro era paternalista, e que os direitos trabalhistas dificultavam a contratação de empregados nas empresas. Na campanha à presidência da república, em 2018, numa entrevista⁵ do Jornal Nacional de rede Globo de televisão, o então candidato afirmou que daria voz à reivindicação de empregadores e empresários brasileiros, que entendem os direitos trabalhistas como obstáculos para o crescimento das empresas e, ainda, profetizou: “Um dia o trabalhador vai ter que decidir: menos direitos e emprego ou todos os direitos e desemprego”.

Em meio à pandemia, Bolsonaro se manteve coerente com a ordem discursiva do trabalho para o gozo da liberdade e, por diversas vezes, se posicionou contrário ao isolamento social, ao uso de máscara e apresentou soluções rápidas e enganosas para a não contaminação pelo vírus, por meio de tratamento

3 Disponível em: <http://www.viomundo.com.br/politica/patrick-mariano-do-portao-de-auschwitz-para-o-golpe-de-temer.html>

4 Essa informação foi obtida no site <https://www.brasildefato.com.br/2018/10/17/bolsonaro-e-fascista-listamos-13-frases-do-candidato-para-reflexao>.

5 Essa informação foi obtida no site <https://www.brasildefato.com.br/2018/10/17/bolsonaro-e-fascista-listamos-13-frases-do-candidato-para-reflexao>.

precoce, com uso de medicamentos sem comprovação científica para a covid. Em maio de 2020, no dia do Trabalho, o presidente disse que gostaria que todos voltassem a trabalhar e que “O Brasil é um país maravilhoso. Eu tenho certeza, que (com) Deus acima de tudo, brevemente voltaremos na normalidade”⁶. Em momento anterior, Bolsonaro tinha defendido a retomada das atividades normais de trabalho no Brasil, mesmo em meio à pandemia do novo coronavírus, e tratou o contágio da maioria da população como algo inevitável, que não adiantava se esconder, porque não tinha nada a fazer para controlar o vírus, e as pessoas precisavam saber que têm que trabalhar.

Deixando mais visíveis as suas intenções fascistas, recentemente, já em 2021, Bolsonaro conseguiu eleger seus candidatos a presidente da câmara de deputados e do senado, apresentando novamente o que chama de “pauta de costumes”: armar a população, permitir o *homeschooling*, tipificar novos crimes sexuais, investigar as práticas indígenas e outras medidas racistas e reacionárias, comprovando sua recusa em aceitar uma modernidade pluralista e democrática.

Em estudo publicado no livro *Como funciona o fascismo: a política do nós e eles*, Jason Stanley (2020) lembra que o portão de Auschwitz exibia o slogan “O trabalho liberta” como uma síntese da ideologia fascista para qual, em tempos de crise e necessidade, o Estado deveria apoiar determinados membros da nação, “nós”, em detrimento de outros, os “eles”, que são tidos como preguiçosos, criminosos que só querem viver da generosidade do Estado, mas que podem ser curados com trabalho duro.

A cientista política Wendy Brown, no livro *Nas ruínas do neoliberalismo: a ascensão da política antidemocrática no ocidente*, constata que as novas forças de direita conjugam elementos já familiares do neoliberalismo (como favorecimento do capital, repressão do trabalho, demonização do Estado social e do político, ataque às igualdades e exaltação da liberdade) com seus aparentes opostos (nacionalismo, imposição da moralidade tradicional, antielitismo populista e demandas por soluções estatais para problemas econômicos e sociais). Conjugam a retidão moral com uma conduta Amoral e não civilizada. Segundo Brown (2019), a racionalidade neoliberal preparou o terreno para mobilizar e legitimar forças antidemocráticas na segunda década do século XXI. Argumenta que não se trata de dizer que o neoliberalismo por si só cau-

6 A notícia pode ser lida em: <https://www.poder360.com.br/governo/gostaria-que-todos-voltassem-a-trabalhar-diz-bolsonaro-no-dia-do-trabalho/>

sou a insurgência da extrema direita no Ocidente de hoje, mas de considerar que nada fica intocado pela forma neoliberal de razão e de valoração, e que o ataque do neoliberalismo à democracia tem distorcido lei, cultura política e subjetividade política, com políticas de abandono e extermínio de vulneráveis, mentiras para enganar o mercado financeiro, proibição de divulgação de dados. Por isso, há a necessidade de avaliar que a ascensão das formações políticas nacionalistas autoritárias brancas se deve à raiva instrumentalizada dos indivíduos que se sentiram abandonados economicamente e ressentidos racialmente, mas também delineada por mais de três décadas de assaltos neoliberais à democracia, à igualdade e à sociedade.

Esse assalto à democracia se dá no pleno funcionamento do dispositivo de segurança que, em suas estratégias, é a própria condição do liberalismo e também o seu inverso, conforme Foucault (2008b) em *Nascimento da biopolítica*. É o jogo liberdade e segurança que está no âmago dessa razão governamental. Analisando o neoliberalismo da década 1970, Foucault (2008b) demonstra que a economia de mercado serve de princípio e de modelo para reformar o Estado e enformar a sociedade. Diante desse aparente paradoxo, Brown (2019) argumenta que, somente voltando às ideias neoliberais fundadoras de Friedrich Hayek, será possível pôr em relevo a arquitetura da razão que liga a moralidade tradicional ao neoliberalismo nas políticas da extrema direita. Para Hayek, explica a autora (2019, p. 23), “o mercado e a moral, juntos, são o fundamento da liberdade, da ordem e do desenvolvimento da civilização”. Assim, torna-se perceptível que o ataque à sociedade e à justiça social, nos dias de hoje, em nome da liberdade de mercado e do tradicionalismo moral é uma manifestação da racionalidade neoliberal, e as forças conservadoras fazem apelos tanto à moralidade tradicional quanto às doutrinas do livre-mercado, empacotando tudo junto e etiquetando, com valores tradicionais, a pátria, a família e Deus.

Após quase dois anos no governo, Bolsonaro continua em campanha e falando a um interlocutor, considerado por ele como a população brasileira, não importando se ele mantém o mesmo apoio da época da eleição. Os brasileiros, em seus enunciados, são todos cristãos (desconsiderando outras religiões e a constituição), conservadores em sua moral, costumes e cultura e vítimas do elitismo intelectual e da tirania da ciência; e ele é a voz que traduz esses sentimentos do povo. Podemos, com certeza, considerá-lo um populista, mas também um neofascista, quando analisamos seus discursos de extermínio de grupos de esquerda, de pobres e negros pelas mãos da polícia, discursos de descaso com o avanço do vírus da covid-19 no país, ou mesmo de apoio e

incentivo ao não cumprimento de pautas que justificam a existência de certos ministérios do governo, como da saúde, educação, meio ambiente, cidadania.

“A atração da política fascista é poderosa”, analisa Stanley (2020, p. 176), pois ela simplifica a existência humana, criando um objeto, um “eles” cuja suposta delinquência ressalta a virtude e a disciplina dos incluídos, os “nós”, que são encorajados a se identificar com um líder forte que os ajuda a entender o mundo com sua franqueza em relação aos excluídos do mundo. Os incluídos são conduzidos a acreditar na meritocracia, para a qual o único valor é o trabalho duro. Tudo é meritocracia, tudo deve ser brutalmente privatizado. O sistema deve aderir ao livre mercado, onde ou se sobrevive ou não se tem valores. Os programas sociais são discriminados, pois as pessoas que são pobres não batalharam, então elas não têm vez, o que demonstra que o fascismo busca suas bases num darwinismo social. Por isso, as elites econômicas muitas vezes apoiam os fascistas, por que eles enxergam a vida como uma luta e quem está fora dela não pode ter piedade (Stanley 2020).

3. “Brasil acima de tudo, Deus acima de todos”: a política do amigo e do inimigo

O slogan patriota da campanha de Bolsonaro, que é também o nome de sua coligação, tem inspiração em uma frase bastante conhecida entre os nazistas: “Alemanha acima de tudo”, um dos lemas mais repetidos na Alemanha de Adolf Hitler. Diante do exposto até aqui, é possível definir o populismo bolsonarista como neofascista? É sobre isso que se discutirá nesta seção, considerando as elaborações do historiador argentino Federico Finchelstein e as do filósofo americano Jason Stanley. Para o primeiro, tanto em seu livro *Do fascismo ao populismo na história* quanto em *Uma breve história das mentiras fascistas*, o populismo está genética e historicamente associado ao fascismo, mas como um pós-fascismo para tempos democráticos, que alia um compromisso mais restrito com a democracia a impulsos antidemocráticos e autoritários. Os dois são, conforme o historiador, profundamente diferentes pelo fato de o populismo ser mediado ou restringido pela legitimidade conferida por eleições multipartidárias, constituindo uma forma de democracia autoritária, enquanto o fascismo é uma ditadura ultraviolenta, apesar de os dois terem em comum o fato de o líder ser concebido como o representante e a personificação do povo, da nação e da história da nação, aquele que sabe melhor, do que o povo, o que ele realmente

quer. Em discurso em cima de um carro de som em Campina Grande, na Paraíba, em fevereiro de 2017, Bolsonaro afirmou que aqueles que não acreditam em Deus são a minoria da população e, por isso, devem se curvar ao Estado cristão: “Nós somos um país cristão! Deus acima de tudo. Essa historinha de Estado Laico, não! É Estado cristão! E as minorias que se curvem!”. Durante ato de campanha na cidade de Araçatuba, no interior paulista, Bolsonaro discursou em cima de um carro de som, condenando organizações que defendem direitos humanos. Segundo ele, esses movimentos prestam um desserviço para o Brasil e, por isso, não merecem repasse de dinheiro do governo: “Conosco não haverá essa politicagem de direitos humanos. Essa bandidada vai morrer porque não enviaremos recursos da União para eles”. Meses depois, na véspera do primeiro turno das eleições, Bolsonaro afirmou que os partidos da esquerda brasileira, como PT, PCdoB e PSOL encarnavam o socialismo e o comunismo que não deram certo em outros países latino-americanos. A frequente identificação de inimigos (esquerdistas, petistas e bandidos) como merecedores de punição e extermínio também compõe com essa ideia. E nesse mesmo sentido, em outro momento, ele promete defender o país do comunismo e curar lulistas com trabalho⁷.

Finchelstein (2019) considera que o populismo é o fascismo adaptado à democracia, mas que as mentiras podem destruir a democracia. E são muitas as mentiras do governo Bolsonaro e de seus seguidores que vêm sendo compartilhadas, construindo a impressão de que a crença em mentiras as transforma em verdades sagradas e intocáveis. Ao falar sobre as mentiras fascistas, Finchelstein (2020) lembra que o fascismo propôs a noção da verdade que transcendia a razão e era encarnada no mito do líder; a ideologia do líder definindo a verdade e difundindo a ideia de que “mito é melhor do que ciência, e a retórica que trabalha sobre as paixões é preferível à prova, que recorre ao intelecto” (Finchelstein 2020, p. 78). Lembra ainda que reescrever a história é essencial para o projeto populista e que Bolsonaro afirmou que a ditadura no Brasil, que ele chama de revolução, havia estabelecido a democracia e que ditadores como Pinochet e Stroessner eram salvadores de seus países. Isso mostra que é “a sua manipulação da história que revela verdadeiramente como o bolsonarismo liga o populismo ao fascismo. Ele tem descaradamente usado a história como mera ferramenta de propaganda” (Finchelstein 2020, p. 140). Bolsonaro encena o

7 Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2018/10/17/bolsonaro-e-fascista-listamos-13-frases-do-candidato-para-reflexao>

papel de um líder que se considera a encarnação da verdade e, com suas mentiras, enfraquece a democracia e chega até a estimular a expansão da covid-19.

Analisando as mentiras fascistas, Finchelstein (2020) descreve práticas que constroem certas categorias que orientam os governos de propensão fascista nas democracias de hoje. Fazendo coincidir verdade e mito, a política fascista não exige evidência empírica, mas emana de afirmações intuitivas de expressões dos mitos trans-históricos – o líder incorpora esses mitos e os seguidores não apenas mentem, mas se autoiludem. A verdade é identificada com um mito transcendental e os desejos coletivos, elaborados para estar presentes no corpo e no discurso do líder. Exemplo disso é fato de muitos brasileiros utilizarem medicamentos não indicados para o tratamento da covid-19 e sentirem imunizados e expõem ao risco de contaminação em aglomerações e sem utilização das máscaras de proteção facial. O líder e seus seguidores, dessa forma, se colocam como inimigos da verdade da ciência, adotando uma concepção religiosa messiânica que depende da criação de um inimigo que, conforme o imaginavam, se colocava contra a verdade sagrada. Há uma ideia de justiça sumária para destruir seus inimigos baseada na noção de verdade eterna.

Considerando agora a concepção de Jason Stanley, autor de *Como funciona o fascismo: a política do nós e eles*, Bolsonaro e Trump não podem ser rotulados de populistas, conforme entrevista publicada pelo Jornal de Estado de Minas Internacional⁸:

Lula era populista. Bernie Sanders é populista. É absurdo ter uma categoria que agrupe Bolsonaro e Lula. Se o objetivo é combater políticos como Trump, Bolsonaro e Modi (Narendra), que buscam dividir, é preciso ter políticas populistas que transmitam confiança às pessoas. O problema não é o populismo. É o que chamo de fascismo, concorde você ou não com esse rótulo. Muitos políticos que chamamos com naturalidade de populistas nunca empregariam as táticas que descrevo. Então, precisamos de outro termo. Talvez não seja fascista. Mas definitivamente não é populismo.

Em seu livro, ele trata das estratégias fascistas como mecanismos para alcançar o poder. Analisa construções discursivas que caracterizam as formas fascistas de governar. Uma das características diz respeito à ideia de que um líder poderoso deve determinar o que é a realidade, e o fascismo precisa destruir a verdade, pois a verdade é uma maneira de abordar o poder. Fala também

8 Disponível em: https://www.em.com.br/app/noticia/internacional/2020/06/21/interna_internacional,1158608/populismo-nao-define-trump-e-bolsonaro-diz-filosofo.shtml

de um caminho místico, em que no passado o país era grande e forte, criando uma nostalgia sobre um tempo que nunca existiu, onde a família tradicional era intacta, todos eram felizes e o país funcionava. Um discurso anticorrupção é recorrente, e a própria democracia é apresentada como algo corrompido. Outra característica apontada por Stanley (2020) diz respeito às teorias da conspiração, em que o líder desestabiliza a realidade porque ele é a realidade. Então, se espalham teorias da conspiração sobre forças obscuras que disseminam o globalismo, tentando enfraquecer a nação. O anti-intelectualismo se faz presente, com a expertise, a inteligência, as universidades e a mídia passando a ser representadas como algo desumano, pois pensar e debater é uma fraqueza, e o fascismo fala sobre poder. O anti-intelectualismo de Bolsonaro é recorrente e pode ser resumido na sua aversão à universidade que, para ele reúne baderneiros e maconheiros. Costuma deslegitimar o trabalho da imprensa, e seu governo é baseado na disseminação de notícias falsas. Já afirmou que é preciso tomar cuidado com a mídia, porque a intenção da imprensa é “atacar” e “degsatar” seu governo. A hierarquia nos ideais fascistas determina que um grupo é o grupo dominante – homens acima de mulheres, brancos acima de negros, heterossexuais acima de gays, e os movimentos pela igualdade são representados como um ataque aos grupos dominantes. A frase “Jamais iria estuprar você, porque você não merece” foi dita por Bolsonaro em 2003, direcionada à deputada federal Maria do Rosário (PT), nos corredores da Câmara dos Deputados. O candidato ainda empurrou a deputada, chamando-a de ‘vagabunda’. Em 2014, Bolsonaro repetiu a ofensa à deputada, dessa vez, em discurso no plenário da Câmara do Deputados. Em outra ocasião disse que preferia um filho morto a um herdeiro gay.

A análise dos enunciados que vem construindo as verdades para a condução da população brasileira permite situar as práticas políticas dos últimos anos como de divisão entre ‘nós’ e ‘eles’, ao colocarem em ação todas essas táticas que funcionam na constituição de um governo e de uma sociedade fascistas. Portanto, tentar compreender as formas de construção do que seja verdade e suas transformações se torna imprescindível para a compreensão do governo das condutas nos dias de hoje, visto que todos alegam que seguem a verdade.

4. “Melhor viver um dia como leão que cem anos como cordeiro”:

a estética da violência como liberdade de expressão

O presidente Jair Bolsonaro compartilhou num domingo de junho de 2020 um bordão popularizado na Itália por Benito Mussolini e fez com que o ditador fascista chegasse à lista de assuntos mais comentados do Twitter. A mensagem aparece no final de um vídeo compartilhado por Bolsonaro em que um senhor italiano esbraveja e diz que a “liberdade vale mais do que a morte” e que “a liberdade não tem preço”. “Em 1 minuto o velho italiano resumiu o que passamos nos dias de hoje”, legendou Bolsonaro⁹. O início de seu governo foi marcado por sua participação em manifestações que defendiam seu governo como se ainda estivesse em campanha para eleição, para defender pautas nada democráticas que tinham unido seus apoiadores na defesa de sua eleição. As reivindicações iam do fechamento do Congresso Nacional e do Supremo Tribunal Federal (STF) à intervenção militar. Em maio de 2020, a imprensa divulgou notícia de que Bolsonaro usou a expressão “Chega!” para se mostrar atacado pessoalmente e incomodado com a operação determinada pelo STF no âmbito do inquérito das *fakenews*. Em defesa dos investigados, seus apoiadores, o presidente reclamou que não se tratava de bandidos, marginais ou traficantes e questionou sobre o ataque ao direito de expressão, tentando confundir a população, como forma de manter o seu domínio fascista. Alguns dias depois disse a seus seguidores que a liberdade de expressão teria que valer para todo mundo.

Em outra declaração após manifestações anti-democráticas, o presidente, para mostrar a sua força de leão e justificar o seu merecimento, portanto, de expressar com liberdade a sua verdade, declarou ter certeza de uma coisa: “nós temos o povo ao nosso lado, nós temos as Forças Armadas ao lado do povo pela lei, pela ordem, pela democracia e pela liberdade. E o que é mais importante: temos Deus conosco. O Brasil tem tudo para dar certo e o Brasil vai dar certo”¹⁰.

Percebe-se, com esses acontecimentos, o que Finchelstein (2020) nomeia de corporativismo para se referir à proposta ideológica de formas de governo ditatoriais, em que o ditador deve demonstrar a verdade do poder do povo encarnada no líder. Assim, a ditadura era construída como democracia, e a

9 Notícia disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/painel/2020/06/bolsonaro-compartilha-video-que-cita-bordao-de-mussolini-e-leva-ditador-aos-assuntos-mais-comentados-do-twitter.shtml>

10 Disponível em: <https://www.metropoles.com/brasil/politica-brasil/falas-de-bolsonaro-e-violencia-em-ato-antidemocratico-geram-amplo-repudio>

democracia, como a que temos, “era apresentada como um recipiente falso para planos malignos que deviam ser destruídos” (Finchelstein, 2020, p. 117). No caso atual do Brasil, parece haver fanáticos que trilham cegamente o caminho apontado por seu líder e se dedicam a sua verdade fazendo com essa verdade transcenda a ética e justifique atos ofensivos e até ilegais. Finchelstein (2020, p. 142) compara Bolsonaro a Trump em sua ideia da política como um campo de batalha do tudo ou nada entre a verdade sagrada e as mentiras do inimigo demoníaco, e isso “explica por que a violência política é preferível à derrota eleitoral do líder”. O historiador, ainda, enfatiza que os seguidores de Bolsonaro o chamam literalmente de mito e o consideram um herói, um guerreiro cristão dos valores do patriotismo e da família, que merece toda a confiança sem necessidade de questionamentos.

Exigindo direito à liberdade de expressão, os fascistas, como Bolsonaro, atacam as instituições, que, de outro modo, poderiam cercar seu poder. Sua política visa a proteger as liberdades individuais, mas estas dependem da opressão de alguns grupos. Trata-se de usar sua liberdade para pisar na liberdade dos outros, numa estratégia, conforme descreve Stanley (2020), que leva a liberdade de expressão aos seus limites para utiliza-la para subverter o discurso dos outros. O autor ainda rememora com Sócrates que as pessoas não são naturalmente levadas ao autogoverno, mas buscam um líder forte para seguir, e a democracia, ao permitir a liberdade de expressão, abre espaço para que um autoritário explore a necessidade que o povo tem de um homem forte que poderá usar essa liberdade para se aproveitar dos ressentimentos e inseguranças das pessoas.

No final das contas, o que está em jogo não é o livre exercício do religioso, patriota ou do cidadão de bem, mas uma estratégia política que faz com que a liberdade de expressão assegure o direito ao dissenso político, à discriminação e o impedimento das leis de igualdade. A liberdade de expressão, na política fascista, além de disfarçar a base religiosa e política das propostas do governo, também evita acusações de que o governo esteja usando a fé para promover a violência. O conteúdo do que é expresso jamais é discutido ou problematizado, mas simplesmente publicizado. Assim, não há obrigação com a verdade, e o governo pode até se desobrigar de informar a população sobre a pandemia, por exemplo, pelo fato de se opor à realidade de sua gravidade.

Wendy Brown (2019), além de apontar como as formulações neoliberais da liberdade inspiram e legitimam a extrema direita, também discute o modo como esta mobiliza um discurso de liberdade para justificar suas exclusões

e violações às vezes violentas e que visam reassegurar a hegemonia branca, masculina e cristã, e não apenas expandir o poder do capital. A autora retrata como essa formulação de liberdade pinta a esquerda como tirânica ou mesmo fascista em sua preocupação com justiça social e, ao mesmo tempo, como responsável pelo esgarçamento do tecido moral. O medo da perda de privilégios da tradição branca e masculina é convertido em raiva contra a inclusão social e a igualdade política dos historicamente excluídos, e essa raiva tornou-se no Brasil a expressão consumada da liberdade para o supremacismo masculino branco ganhar nova voz e legitimidade e ser identificado com a liberdade por seus seguidores, justamente por ser politicamente incorreto e por colocar como normas autoritárias as políticas e princípios de inclusão social.

5. “E conhecereis a verdade, e a verdade vos libertará”: a liberdade inatingível para um efeito de fim

Em agosto de 2019, Jair Bolsonaro, na véspera de uma reunião, com governadores da Amazônia, para discutir acerca do desmatamento e das queimadas que vinham assolando a região, afirmou que revelaria o que chamou de “a verdade sobre o que os outros querem com a região”. Ele citou ainda o versículo 32 do capítulo 8 da bíblia, do evangelho de João 8:32, que diz “E conhecereis a verdade, e a verdade vos libertará”¹¹. Essa foi uma das muitas vezes que Jair recorreu a tal versículo, se apropriando do cristianismo e o descontextualizando para colocar em prática os seus propósitos autoritários, repressivos e destrutivos. Como um fascista não tem compromisso com a verdade dos fatos, ele recorre àquela verdade inquestionável e absoluta do discurso religioso cristão para se representar como um Deus e se colocar no lugar do pastor que deve conduzir o seu rebanho. Portanto, tentar compreender as formas de construção do que seja verdade e suas transformações se torna imprescindível para a compreensão do governo das condutas nos dias de hoje, visto que todos alegam que seguem a verdade.

As produções de verdades, conforme Foucault (2003) não podem ser dissociadas do poder e dos mecanismos de poder, que induzem essas produções de verdades, e estas têm efeitos de poder que unem e atam as pessoas. O exercício do poder é um modo de ação de alguns sobre alguns outros. É um conjunto de

11 A notícia pode ser conferida em: https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2019/08/26/interna_politica,1080106/bolsonaro-cita-joao-8-32-afirma-revelara-verdade-sobre-amazonia.shtml

ações sobre ações possíveis, operando no campo de possibilidade em que vem inscrever-se o comportamento dos sujeitos agentes. A partir dessas considerações sobre o exercício do poder, Foucault (2003) propõe o termo conduta por permitir, segundo ele, melhor apreender o que há de específico nas relações de poder. A conduta é, ao mesmo tempo, o ato de conduzir os outros e a maneira de se comportar em um campo mais ou menos aberto de possibilidades. O exercício do poder consiste em conduzir condutas.

Nesse sentido, as ações de Bolsonaro sobre as ações da população remetem à condução das condutas do pastorado cristão em que cada indivíduo, como uma ovelha, devia seguir o pastor sem desgarrar do rebanho para alcançar a vida eterna, a real liberdade e a verdade absoluta. A liberdade está na eterna busca da verdade mística, mas de forma obediente e sem desvios dos ensinamentos do líder. Contudo, para Foucault, como bem descreve Portocarrero (2012), as ações do governo dos homens, uns pelos outros, no sentido mais extenso da palavra, incluem necessariamente não só o conflito e a resistência, mas o elemento da liberdade; não o confronto entre poder e liberdade, numa relação de exclusão, mas um jogo muito complexo.

É aqui que era preciso chegar para pensarmos as ações fascistas em nome de uma verdade invisível e inatingível, mas que funciona na condução das condutas dos seus seguidores, e considerarmos outras possibilidades de condutas frente às prescrições morais que nos são impostas. Talvez, fosse preciso pensar com Foucault (2010) o discurso diante do princípio de dizer-a-verdade, da *parresía* grega, pois, em um enunciado parresiástico, não se espera que os enunciados produzam um efeito esperado, pois eles abrem um risco indeterminado; o enunciador se vincula, como sujeito, à verdade do que diz, comprometendo o que pensa no que ele diz. Fora do estatuto definido e de tudo o que poderia codificar e determinar a situação, o enunciador faz valer sua própria liberdade de indivíduo que fala – um ato corajoso, no qual o acontecimento da enunciação pode afetar o ser do enunciador. Na *parresía*, o sujeito tem um pacto consigo mesmo, “pelo qual ele se liga ao conteúdo do enunciado e ao próprio ato do enunciado: sou aquele que disse isso” (Foucault, 2010, p. 62). A análise da *parresía* seria a análise da dramática do discurso verdadeiro que revela o contrato do sujeito falante consigo mesmo no ato do dizer-a-verdade, considerando que a *parresía* seja uma estrutura de igualdade, que faz com que direito e dever, liberdade e obrigação sejam iguais, uma estrutura política, que prevê a liberdade de tomar a palavra a todos os cidadãos. Em suas últimas

aulas, Foucault (2010, p. 319) vai mostrar que “onde há *parresía* filosófica deve haver relação com a política, mas não pode haver retórica”.

Contrapondo a *parresía* à retórica, Foucault (2010), com base em textos da filosofia grega, discute as ações das duas técnicas sobre o governo, a direção e a condução dos outros. A prática retórica utiliza a argumentação contra a lei da igualdade, pois o sistema igualitário se torna um escândalo para aquele que joga um jogo agonístico tradicional em que os mais fortes devem prevalecer sobre os mais fracos. Assim, a retórica serve de instrumento que possibilita jogar, no sistema igualitário, o jogo tradicional dos estatutos privilegiados; um instrumento para tornar novamente inigualitária uma sociedade democrática. Trata-se de “uma prática de discurso jogada com três categorias de personagens: há os numerosos que é preciso convencer; há os rivais sobre os quais é preciso prevalecer; e há aquele que utiliza a retórica e quer se tornar o primeiro” (Foucault 2010, p. 335).

Já a filosofia parresiástica, contrária ao jogo inigualitário, acredita que haja uma afinidade entre o discurso mesmo e aquilo que ele prova. Assim, é um jogo de prova a dois, por afinidade de natureza e de manifestação de autenticidade, da realidade-verdade da alma. Exercita a homologia do diálogo para que haja identidade do discurso nos dois jogadores, já que o que é dito por um pode ser dito pelo outro. O critério de verdade não é dado pelo estatuto de quem pensa e o que é pensado, mas pela homologia, identidade do discurso entre duas pessoas. A homologia não é a lisonja, tão exercitada na prática política de hoje, quando o enunciador pega no ouvinte o que ele pensa, reformula por conta própria como seu próprio discurso pessoal e o restitui ao ouvinte, “que fica com isso tanto mais facilmente convencido e tanto mais facilmente seduzido por ser o que ele diz” (Foucault 2010, p. 336). Três critérios constituem os operadores da verdade na homologia, que no lugar da lisonja, exercita o saber (nunca dizer o que diz a não ser sabendo que é verdade); a benevolência (cada um dos dois interlocutores tenha, pelo outro, um sentimento de bondade que provém da amizade); e a própria *parresía* (que nada que seja da ordem do medo, da vergonha venha limitar a formulação do que se considera ser verdade). É pela homologia que os diálogos devem ser ritmados para trazer neles mesmos a prova da verdade e, assim, poder agir sobre a alma do outro e conduzi-lo à verdade.

Com base nessa breve exposição do dizer-verdadeiro, é que se pode problematizar a emergência da ideia de mentira na política como prática normalizada pela transformação da *parresía* grega, o dizer verdadeiro, em retórica,

quando valorizou a lisonja como forma de convencimento do outro. Na retórica da política fascista, como argumenta Stanley (2020), a linguagem não é usada simplesmente para transmitir informações, mas para provocar emoção, e, numa sociedade dividida entre a força da razão e o poder dos ressentimentos irracionais e do preconceito, um político demagógico e lisonjeador pode explorar essa divisão, usando a linguagem para semear o medo, acentuar o preconceito e pedir vingança contra membros de grupos odiados. Nas palavras de Stanley (2020, p. 76), “tentar contrariar tal retórica com a razão é semelhante ao uso de um panfleto contra uma pistola”.

Referências

- Brown, W. (2019) *Nas ruínas do neoliberalismo: a ascensão da política antidemocrática no ocidente*. São Paulo: Editora Filosófica Politeia.
- Finchelstein, F. (2019). *Do fascismo ao populismo na história*. São Paulo: Almedina.
- Finchelstein, F. (2020). *Uma breve história das mentiras fascistas*. São Paulo: Vestígio.
- Foucault, M. (1995). *A arqueologia do saber*. Rio de Janeiro: Forense Universitária.
- Foucault, M. (2003). Saber e poder. In: Foucault, M. *Estratégia, poder-saber*. (Col. Ditos e escritos, IV). Rio de Janeiro: Forense Universitária.
- Foucault, M. (2008a). *Segurança, território e população*. São Paulo: Martins Fontes.
- Foucault, M. (2008b). *Nascimento da Biopolítica*. São Paulo: Martins Fontes.
- Foucault, M. (2010). *O governo de si e dos outros*. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes.
- Portocarrero, V. (2012). Verdade irresponsável e dizer-verdadeiro. O que nos faz pensar, [S.l.], v. 21, n. 31, p. 174-193, feb.
- Sousa, K. M. (2017). Das condições de possibilidade dos discursos em Michel Foucault: uma breve análise do presente. In: Fernandes Júnior, A. & Stafuzza, G. B. *Discursividades contemporâneas: política, corpo, diálogo*. Campinas, SP: Mercado de Letras.
- Stanley, J. *Como funciona o fascismo: a política do “nós” e “eles”*. Porto Alegre [RS]: L&PM, 2020.

CHARISMATIC OR PROVIDENTIAL? POPULAR OR POPULIST? THE CASE OF PORTUGAL'S PRESIDENT MARCELO REBELO DE SOUSA

Jean Noël Fernand Mercereau*, Jorge Manuel Almeida Gomes da Costa**

1. Introduction

In Portugal as elsewhere, studies on populism have increased exponentially in recent years, as if to feed the general curiosity following the birth and growth of so-called populist movements in many countries. On the whole, however, populism is often mentioned without any clear definition of what it actually means, as summed up by Cas Mudde in an article in *The Guardian* entitled “We the people, the battle to define populism” on 10th January 2019:

When populism appears in the media, which it does more and more often now, it is typically presented without explanation, as if everyone can already define it. And everyone can, sort of – at least as long as they're allowed to simply cite the very developments that populism is supposed to explain: Brexit, Trump, Viktor Orban's takeover in Hungary, the rise of Jair Bolsonaro in Brazil. The word evokes the long-simmering resentments of the everyman, brought to a boil by charismatic politicians hawking impossible promises.

Indeed, as Mudde points out, beside the lack of clarification of what is meant by populism, there seems to be a consensus among politicians themselves, the media and academics to associate a politician's alleged charisma to populism. As Moffitt explains in his *Global Rise of Populism*, “charisma has often been attributed to populist leaders in order to explain the seemingly mystical grip that they have on their followers” (2016, p. 62).

* Escola Superior de Tecnologia e Gestão, Instituto Politécnico de Leiria, CICS-NOVA, Portugal.
jean.mercereau@ipleiria.pt

** Escola Superior de Tecnologia e Gestão, Instituto Politécnico de Leiria, CICS-NOVA, Portugal.
jorge.g.costa@ipleiria.pt

To make matters even more confusing, politicians with exceptional levels of popularity are often labelled as populists, while charismatic leaders are frequently accused of having providential ambitions. This twofold ambiguity, between popular or populist leaders on one side, and charismatic or providential leadership on the other, is at the heart of this article, and has motivated the definition of its objectives, which are to provide answers to the following key questions: how can the concepts of charismatic and providential leadership be defined, and what are the essential implications of each as far as political leaders and their relationship with democratic regimes are concerned? At the same time, what are the essential features of populism, and how can this phenomenon be dissociated from popularity?

To propose answers to these questions, Portugal's president Marcelo Rebelo de Sousa has been chosen as a case study because of the politician's unique characteristics, halfway between charismatic and providential and between popular and populist. Therefore, what is at stake in this article is to determine to what extent the Portuguese president can be seen as an example of a charismatic or providential leader, taking into account the characteristics usually implied by these concepts, and whether a politician such as Rebelo de Sousa should be considered a populist leader, or simply an exceptionally popular statesman.

Since his election as Portugal's President in March 2016, Rebelo de Sousa has enjoyed exceptional levels of popularity that have led to an increasing number of debates as to whether such an ability to attract the people's support could be seen as a sign of populism. Following some controversial episodes in the Portuguese media, some voices within the public sphere have indeed raised questions about Rebelo de Sousa's propensity for populism, and some actors or observers of Portugal's political life have considered Marcelo Rebelo de Sousa a "light populist", a "benign populist" or a "good populist"¹, while defending that, by occupying spaces that have become empty in other societies, Rebelo de Sousa has actually contributed to reduce the risk of populism in Portugal.² In

1 While Jaime Gama, former Socialist Foreign Minister and speaker of the Parliament, described Sousa as "*um populista light*" in *Expresso* on 2nd February 2019, journalist Maria João Marques referred to President Sousa as "um populista benigno" in *O Observador* on 9th January 2019.

2 Luís Marques Mendes, Rebelo de Sousa's successor, not only as short-lived leader of the Social Democratic Party (PSD) but, perhaps more significantly, as the country's main commentator of Portuguese politics on national mainstream TV channel SIC, declared on 10th March 2019 that "just like cholesterol, there is a good and a bad populism" and that "the President's good populism has helped to fight the bad one". Miguel Sousa Tavares, a leading journalist and novelist, once compared the Portuguese president to "the eucalyptus of populism" in the sense that he dries up the soil on which

her PhD thesis on President Marcelo Rebelo de Sousa, Sandra Sá Couto gives voice to several leading academics and journalists who share the same view (Gomes 2019, pp. 269-319).

This debate around Rebelo de Sousa's relation to populism probably gained particular importance, at least until recently, because of the lack of parties widely recognized as populist (Salgado & Zúquete 2017) and to the fact that populism, as Salgado and Silva put it, paid "less electoral dividends in Portugal than in other comparable countries" (2018, p. 260). Here again, Rebelo de Sousa offers an interesting and original position: while he is widely regarded as a charismatic character, an expression mostly used with a clearly positive connotation, this quality does not, in his case, systematically lead to unanimous accusations of (bad) populism. This apparent paradox is particularly interesting because it demonstrates the need to distinguish between the concept of charismatic leadership, which is often taken for granted as a gift only enjoyed by very few human beings but compatible with democratic values, and the one of providential leadership, which clearly conveys a more negative bias and a natural evolution towards autocracy (Monod 2017, p. 206).

In its theoretical perspective, this article stems from the general theories of the Critical Discourse Analysis developed by authors such as Fairclough (2010), Wodak (2013) or Van Dycck (1997), assuming as a starting point that

The theory of ideology is concerned in general terms with the question of how beliefs and concerns which are associated with the interest of particular social groups come to be general beliefs and concerns, and how they come to have effects on social life. Ideologies are part of the way in which the dominance of dominant social groups is achieved, maintained and renewed through particular directions of social change (Fairclough & Fairclough 2012, p. 100).

This study also relies on a transdisciplinary approach (Fairclough 2010, p. 231 and Wodak *et al* 2009, p. 9), since it is only by confronting different areas of knowledge that one may seek to bring answers to the deliberately complex nature of the questions raised above. Accordingly, and taking into account the very nature of the project, leading authors have provided some of the essential theoretical basis in the areas of populism and charismatic or providential styles of leadership. On the one hand, as far as populism is concerned, special

populists would otherwise flourish, before adding that "Marcelo is our charismatic and popular leader" (TVI evening news, 31st December 2018).

attention has been given to those deemed more liable to help reach this article's objectives: Laclau (2005), Wodak (2013), Judis (2016), Moffitt (2016), Müller (2016), Mudde & Kaltwasser (2017), Eatwell & Goodwin (2018) and Mouffe (2018). On the other hand, beyond Weber's inevitable studies on charismatic leadership, other references have been taken into account, in particular French specialists of the concept of providential leaders ("*hommes providentiels*") such as Girardet (1986), Fischer (2009), Dorna (2012), Garrigues (2012) and Monod (2017).

In order to analyze the main characteristics of Rebelo de Sousa's discourse, and to assess the leader's charismatic or providential nature and potential populism, the object of study has been limited to four communications delivered by the Portuguese president: two broadcasts to the nation, in March 2016 and October 2017, and two speeches delivered in the Portuguese Parliament in April 2018 and in Portalegre in June 2019.³ Because of the crisis the country was going through when they were delivered, be it financial (in 2016 with the approval of the budget after a series of amending budgets in previous years), social (in 2017 with the unprecedented human toll of the fires in June and October), or political (with the growing threat of national populist movements from 2018 onwards), these speeches were deemed liable to help provide the keys for an effective content analysis of such an atypical politician's discourse.

2. Theoretical framework: charismatic or providential, popular or populist?

Before attempting to determine to what extent Marcelo Rebelo de Sousa may be considered charismatic, providential or populist, it is essential to agree on what each of these terms conveys.

2.1. The concepts of charismatic leader and providential leader

The concepts of charismatic and providential leaders are often used as synonyms but, although somehow complementary, each term actually refers to slightly different forms of leadership.

³ On the celebration of the 44th anniversary of the 25th April 1974 revolution and of the national holiday on 10th June respectively.

2.1.1. Charisma and charismatic leaders

From Moses or Julius Cesar to Barack Obama or Vladimir Putin, a list of all the political leaders considered as charismatic throughout history would be endless.⁴ The terms “charisma” or “charismatic” are widely used in the media about political leaders supposedly gifted with a set of features such as impressive oratorical abilities, a colourful personality and overall inspiring leadership skills (Moffitt 2016, pp. 57-63), but without any apparent consensus on what this talent actually implies.

Most definitions of charisma and charismatic leadership stem from Weber’s study of the various forms of domination. Defining the broad concept of domination as the will of the leader to seek to influence the action of his subordinates, basing this obedience not on strength or threat but on the subordinate’s interest in complying with the authority (Weber 1995, p. 285), Weber distinguishes three types of authority: legal/rational, traditional and charismatic. Weber’s legal domination is based on a system of laws, rules, functions and hierarchy which provide the leader with a clearly defined administrative or bureaucratic authority (Weber 2015, pp. 63-66), while traditional domination finds its legitimacy in the reproduction of historical patrimonial and feudal customs (Weber 1995, pp. 301-303).

Unlike the other two types of Weber’s domination, charismatic authority is by essence extraordinary, irrational and supernatural. For Weber, charisma, derived from the Greek *kharis* (gift, present or grace of divine origin) is

a certain quality of an individual personality by virtue of which he is set apart from ordinary men and treated as endowed with supernatural, superhuman, or at least specifically exceptional powers or qualities. These are such as are not accessible to the ordinary person, but are regarded as divine origin or as exemplary, and on the basis of them the individual concerned is treated as a leader.⁵

Accordingly, charisma can be defined as the combination of an exceptional gift and a sense of divine mission in times of crisis, be it physical, economic, ethical, religious or political, with the manner in which this quality is naturally accepted by those who willingly submit to it (Weber 2015, p. 270). Therefore,

4 The list provided by Dorna, for example, includes over forty charismatic leaders in History, belonging to different periods and contexts (2012, pp. 84-85).

5 Weber in *Wirtschaft and Gesellschaft* (1964) quoted and translated by Gaffney, “Performative political leadership” (2014, p. 392).

the concept of a charismatic leader is based upon the extraordinary, or even supernatural, authority and power of an exceptionally gifted man or woman whose legitimacy to solve the current crisis comes from his/her followers' adherence to the cause and belief in his/her near-magic power. As such, the real essence of charisma doesn't lie just in the leader's exceptional or superhuman qualities in themselves but, above all, in how these are perceived by those who are subjected to the authority. Consequently, charisma is a personal feature and can hardly be transferred or inherited without jeopardizing the success of the project led by the leader in case of succession, which explains why the demise of the charismatic leader has often led to the failure of the project he was embodying (Weber 2015, p. 288).⁶

Following Weber, Dorna, in his book entitled *Faut-il avoir peur de l'homme providentiel?* identifies seven pillars of charisma (2012, pp. 81-82): the capacity to diagnose the crisis, the intellectual and emotional capacity to turn the common project possible, an attitude of respect and deference towards others, the control of means of persuasion to promote change, a power of identification with a collective ideal and a common project, the ability to produce effects on mass by force of conviction and a visionary conduct based on victories or on rebounding in times of defeats. More importantly, in an attempt to associate charismatic leadership and populist movements, Dorna also proposes six categories of charisma (*idem*, pp. 85-94):

Table 1. Dorna's six categories of charisma (2012, pp. 84-94)

Name	Characteristics	Examples
Messianic charisma	Prophet, blessed with a divine gift to lead his people to the promised land	Moses, Jesus
Charismatic Caesarism	Experienced soldier/politician, solves crisis thanks to political skills and military strength	Julius Caesar, Napoleon 1 st
Authoritarian charisma	Omnipotent fascinating leader at the head of a totalitarian state after eliminating all possible opposition or diverging voices	Hitler, Staline

⁶ Two famous examples of this difficulty in replacing the charismatic leader at the head of state can be found in Nicolás Maduro who took over as Venezuela's president after Hugo Chávez's death in 2013 or Raúl Castro who replaced his brother Fidel as Cuba's First secretary of the Communist Party as the latter's health deteriorated in 2011.

Popular charisma	Savior in moments of crisis, pragmatism, opportunism; contact and dialogue with whole people; interested in everyone's concerns and problems. Supportive, spontaneous, sympathetic; popular enthusiasm constantly rekindled by permanent dialogue, emotions, empathy, good public speaker, clear argumentation	7
Republican charisma	Leader of opinion committed to common good and ideals	Clémenceau, Mélanchon ⁸
Negative charisma	Exception, the ordinary / common man whose very lack of charisma allows to be called to solve the country's crisis	Jospin ⁹

Also basing himself on Weber, Charaudeau (2015, pp. 7-13) proposes his own five types of charisma. Besides messianic and caesarist charismas, which he names and defines in the same manner as Dorna, Charaudeau suggests three other categories of charisma: enigmatic charisma, based on the leader's exploitation of secrecy and ambiguity¹⁰, wise charisma ("*charisme du sage*"), proper of a leader without any real executive power but who strives to save his people not out of electoral or populist intentions but because such is his true nature¹¹, and what he calls *alma mater* charisma, corresponding to female leaders who base their charisma on maternal values, compassion and empathy.¹²

7 Although Dorna doesn't provide any specific example for this category, names such as those of American Presidents Barack Obama or John Fitzgerald Kennedy come to mind.

8 Georges Clémenceau (1841-1929) was a French politician who was called back to power in November 1917 and became known as "Père la victoire" after the 1918 armistice. Jean-Luc Mélanchon (born 1951) was a member of the French socialist party before leaving in 2008 to find first the Parti de Gauche (Left Party) and then France Insoumise (France Unbowed). He came third in the presidential elections of 2012 and 2017 and is often seen as France's leading left-wing populist.

9 Lionel Jospin (born 1937), a supposedly austere and reserved socialist politician, remains known for coming third in the first round of the 2002 presidential election, thus allowing Le Pen, of the far-right National Front, to make it to the second round for the first time in history.

10 Charaudeau gives François Mitterrand, France's President between 1981 and 1995, as the ultimate example of this enigmatic charisma, due to the secrecy which he kept about both his past political experience and family life.

11 As examples of this form of charisma, Charaudeau (2015) proposes Gandhi, the Dalai Lama and the Roman senators who all played some sort of role as spiritual leaders without any real executive power.

12 Although predominantly led by men, populist movements also occasionally have female leaderships, such as Marine Le Pen in France, who took over from her father as leader of the *Front National* (National Front, renamed *Rassemblement National*, National Rally, in 2018) in 2011, or Pauline Hanson, leader of Australia's One Nation Party.

Whatever the sub-category in which he or she may fit, the charismatic leader is often presented as a necessary condition for populist movements to give greater echo to their message. Still, such is not always the case. As Moffitt points out, “charisma is not just the domain of populists – many ‘non-populist’ leaders throughout history have been considered charismatic. As such, charisma [...] is not a necessary characteristic of populism” (2016, p. 62). Or, as Mudde and Kaltwasser put it (2014, p. 387), “charisma is not a defining attribute of populism. While it is true that the success of many populist parties and movements is related to the existence of charismatic leaders, the latter are also relevant for non-populist parties and movements.” Consequently, not all charismatic leaders may be considered populists. Besides, some populist movements are not associated to any particular leader, charismatic or not, as happened with movements such as the Boston Tea Party or Occupy Wall Street in the USA or, more recently, the Yellow Vests in France, a situation which Mudde and Kaltwasser refer to as “leaderless populism” (2014, p. 386). The assimilation to populist movements or parties is much more systematic for another concept of leadership: that of the providential men.

2.1.2. Providential leaders

An important theorist of political leadership is the French historian Raul Girardet, followed by authors such as Fischer or Garrigues, who have all strived to gather a series of characteristics common to what Girardet calls providential men (“*hommes providentiels*”) throughout history, with special emphasis on contemporary French political history.

According to Girardet in his *Mythes et Mythologies Politiques* (1986, pp. 63-95), specific conditions are necessary for the providential figure to emerge, and he identifies six different stages on his/her way to power:

- a. The situation of crisis, real or imaginary, will allow the leader to appear as a potential saviour;
- b. The leader evidences an unambiguous empathy with the people at large from whom he/she will receive his motivation for action;
- c. The leader displays exceptional qualities of leadership that will allow him/her to stand out and distinguish himself/herself from potential rivals;

- d. The providential man/woman insists on his/her willingness to give up on personal interests to dedicate himself/herself exclusively to the country's highest interest and to the common good;
- e. As a consequence of the previous stages, the leader will be seen as contributing to the restoration of order and the success of the mission for which he/she was initially appointed;
- f. As a direct result of this success, the providential leader will be integrated in the collective memory through a more emotional than rational process.

While the last two of these characteristics can be seen as the consequence of the actions of both charismatic and providential leaders, either directly, with the immediate success or failure of their action, or posteriorly, with their place in the nation's collective memory, it is important to distinguish the other four. The second and third of Girardet's steps mentioned above may also apply to either type of leadership insofar as they fit into the general concept of charisma defined by Weber and based on the people's willing submission to the leader's authority. The other two characteristics (a) and (d) above) may be seen as referring more strictly to the providential leader insofar as they are entirely dependent on the fact that he/she ambitions, has already reached, a position of power, therefore converting himself/herself into a providential solution to the nation's crisis.

Girardet also proposes a typology of the providential leader based on four distinct profiles which he illustrates with references to famous historical characters.

Table 2. Girardet's four types of providential man (*homme providentiel*)

Name	Characteristics	Examples
Cincinnatus ¹³	The wise leader as a symbol of firmness, dedication, experience, common sense and moderation (the Romans' <i>gravitas</i>) who sacrifices his own well-being, comfort and interest for the sake of the nation's higher interests and to restore the initial order (Girardet 1986, p. 74).	General Pétain in June 1940 ¹⁴
Alexandre ¹⁵	The young, strong, impetuous, courageous and messiah-like military conqueror whose legitimacy is based not on any past achievements but on immediate action, and whose extraordinary strength and courage allow to overtake every obstacle (Girardet 1986, p. 74, Fischer 2009, p. 77); unique capacity to submit people by appearing as the only opportunity to achieve their common expectations; (Garrigues 2012, p. 23); symbol of strong executive power.	Napoleon I st in 1797 ¹⁶
Solon ¹⁷	The archetype of bureaucratic administration and legislation whose sole ambition is to establish the legal and constitutional bases of a new order (Fischer 2009, p. 80); a reformer who uses his large political experience to break with the past and lead his nation towards its destiny (Girardet 1986, p. 71); legitimacy and authority based on justice and political negotiation; symbol of legislative rather executive power.	French President Charles de Gaulle from 1958 onwards ¹⁸

13 Roman statesman who abdicated from his well-deserved retirement in 458 AD to come back to power in order to save the country from foreign invasions before returning to his farmer's life.

14 Girardet, followed by Fischer (2009, pp. 73-75) and Garrigues (2012, pp. 90-92), gives as an example of this profile General Pétain at the time when, as one of the generals responsible for the Allies' victory in November, the "winner of Verdun" was called by the French government in the wake of the May 1940 debacle. Then aged 86, Pétain immediately called for an armistice and went on leading the Vichy National Government which would symbolize collaboration between the French State and Nazi Germany.

15 Named after the Macedonian conqueror of the IVth century BC.

16 The most obvious illustration of this profile, to which Garrigues gives the name of Cesar (2012, p. 23), is that of Napoleon Bonaparte at the time of his return to Paris after his victorious military campaigns in Italy and Egypt in 1797 to take power first as one of the three consuls and then through the coup of 18th Brumaire 1799.

17 Greek statesman of the VII and VI centuries BC.

18 Back to power in the midst of the Algerian crisis in 1958, General de Gaulle is probably the best example of this model, particularly through his promulgation of the Vth French republic, which concentrates most executive powers in the hands of the president.

Moses	The archetype of the nation's prophet, who embodies his people by inexorably linking his own personal destiny with that of the nation (Fischer, 2009, p. 85); gifted with a unique foresight and capacity to anticipate the ways that will help lead the people to its promised land (Girardet 1986, p. 79).	General de Gaulle in June 1940 ¹⁹
-------	--	--

On the whole, by attempting to gain legitimacy to lead the collective destiny of the nation in a specific context, and whatever the profile it may fit into among the four mentioned above²⁰, the providential leader will be seen as responding to the people's expectations and, as such, will integrate the national collective imaginary. While both the notions of charismatic and providential leader share the same biblical origin, and are often used in common language as synonyms, the latter is more generally given a clearly derogatory bias and used with a negative connotation in common language than the former, namely in the media.

Thus, by confronting the usual characteristics attributed to both the charismatic and providential leader, one may conclude that the two notions are far from identical, albeit somehow complementary. Above all, while there may not be any essential contradiction between charismatic leadership and democracy, the notion of providential leadership is usually linked to a more autocratic use of power, or at least to an ambition to concentrate power within one's hands.²¹ Consequently, the notion of charismatic leadership, according to Weber's definition, is willingly recognized as a gift or set of exceptional qualities by the people who will be submitted to the leader's authority, whereas the concept of providential leader is more easily self-appointed and, whenever necessary, imposed to others.

According to Monod (2017, pp. 14-16), in societies where the selection of political leaders essentially relies on individual charisma, a clear-cut distinction must be made between a truly democratic charisma and another form of charisma, which he calls demagogic charisma and which only respects the rules

19 This model, to which Garrigues gives the name of Pericles after the Greek statesman of the Vth century BC (2012, p. 39), may be illustrated by General de Gaulle in June 1940 when, following France's capitulation imposed by the Vichy government, he leads the resistance to German forces and "sees his personal fate and the nation's collective destiny merge into one" (Girardet 1986, p. 78).

20 Some historical characters, although hardly demonstrating the usual personal qualities of charismatic leaders, may fit into more than one of these models. This is the case, for example, of António Salazar in Portugal, Francisco Franco in Spain or Eamon de Valera in Ireland.

21 Which explains while some leaders, despite having reached power in unquestionably democratic regimes, were repeatedly accused of dictatorial intentions, such as de Valera in Ireland from 1932 onwards or General de Gaulle in France after 1958.

of democracy insofar as it serves its leader's search for legitimacy. As Monod explains (2017, p. 206), while charisma may in itself be perfectly compatible with democracy, the very concept of providential leadership is by nature demagogic and, as such, potentially dictatorial.

In this process, it is the crisis, be it real or invented, but always made as dramatic as possible (Moffitt 2016, pp. 127-128), that will provide the potential leader with the necessary means to achieve his/her ends. Thus, while charismatic leaders may not go beyond the mere aspiration to power, through a set of symbolic or discursive representations, it is action and the exercise of power that may allow charismatic leaders to become providential. Whereas charisma refers to a leader's exceptional personal characteristics recognized by the people as such, the providential nature of the leader stems from the combination of the leader's personal achievement and their his/her contribution to the country's success. These essential differences between charismatic and providential leadership explain why the two notions cannot be taken as synonyms: charismatic leadership works from down to the top, or from the outside to the inside, while providential leaders seek to impose their power top down, or from the inside to the outside.

As far as populism is concerned, the distinction makes all the more sense insofar as it is often difficult, if not impossible, to distinguish between popular parties or movements and their leaders. In any case, there is no such thing as an archetype of the populist leader, as Mudde and Kaltwasser explain: "While a certain type of leadership is prevalent, populist leaders come in many different shapes and sizes. They all do have one thing in common, however: a carefully crafted image of the *vox populi*." (2017, p. 20).

2.2. Populism and populists

The terms "populist" or "populism" are often used in the media without any well-defined criteria, with an unambiguous negative connotation and always about personalities, parties or movements that systematically refute this label for themselves. Besides, populism is always ascribed to others (Mudde & Kaltwasser 2017, pp. 1,2), including by politicians who sometimes accuse each other of being populist for lack of better arguments (Dorna 2002, p. 6), which contributes to a Manichean division without any clear indication as to what each category may imply. To make matters worse, there is no such thing as a

consensual and comprehensive definition of populism even among scholars, as most authors willingly admit.

Mudde and Kaltwasser, for instance, state in their “Introduction to Populism” that “populism is one of the main political buzzwords of the 21st century. [...] But while the term has great appeal to many journalists and readers alike, its broad usage also creates confusion and frustration”. (2017, pp. 1, 2) According to Judis (2016, pp. 13, 14),

there is no set of features that exclusively defines movements, parties and people that are called populist. [...] As with ordinary language, even more so with ordinary political language, the different people and parties called ‘populist’ enjoy family resemblances of one to the other, but not a set of traits can be found exclusively in all of them.

Müller’s view is similar (2016, p. 2):

For all the talk about populism, it is far from obvious that we know what we are talking about. We simply do not have anything like a theory of populism and we seem to lack coherent criteria for deciding when political actors turn populist in some meaningful sense.

Although the recent surge in academic interest for the topic has brought a significant increase in the understanding of the populist phenomenon, many disagreements remain among academics, as Mudde himself observed in the *Guardian* in November 2018:

While the term still lacks meaning in much of the public debate, the academic community is closer to a consensus than it has ever been. Most scholars use populism as a set of ideas focused on an opposition between the people (good) and the elite (bad), although they still disagree on whether it is a fully fledged ideology or more a political discourse or style.²²

Indeed, depending on the authors, populism can be seen as either an ideology, a strategy, a style, a discourse or a logic (Moffitt 2016, p. 17). More importantly as far as this article is concerned, an essential question is about whether populism is compatible with democratic practices. While most authors con-

²² Cas Mudde, “How populism became the concept that defines our age” in the *Guardian*, 22nd November 2018.

sider, that populism is, by essence, a threat to democracy (Müller 2016, p. 106), Mouffe and Laclau stand out insofar as they defend that populism “is a way of doing politics that can take various ideological forms according to both time and place, and is compatible with a variety of institutional frameworks” (Mouffe 2018, p. 11), an idea in agreement with their approach to populism “not as a type of movement” but as “a political logic” (Laclau 2005, p. 117). On the whole, Mudde sums up the debate in these terms:

The relationship between populism and democracy is not as straightforward as its many opponents or its few protagonists claim. The relationship is complex, as populism is both a friend and a foe of (liberal) democracy, depending on the stage of the process of democratization (2017, p. 20).

Still, it is possible to identify a series of sine qua non conditions for a party or movement to be considered populist. Thus, a sort of minimal definition may be reached based on the principal features of populism as described by some of the main analysts of this phenomenon. The first characteristic shared by all populist movements or parties is the dramatic, and allegedly irreconcilable, opposition between “the “people” (we) and “the elite” (them). Whatever their specificities may be, all populists base their legitimacy on their systematic defense, on the one hand, of the “good, ordinary people” (Eatwell & Goodwin 2018, p. ix), the “underdogs” (Mouffe 2018, p. 10), the “pure people” (Mudde and Kaltwasser 2017, p. 6), the “ordinary folks” (Müller 2016, p. 2), the “silent majority” (Judis 2016, p. 62) or the “masses” (Laclau 2005, p. 2) against, on the other hand, the “corrupt elites”, the “system”, the “establishment”, “those in power” (Mouffe 2018, p. 10)... Thus, populisms always claim the exclusive moral right to defend the people (Müller 2016, p. 38) against the elites, be them political, financial, economic, intellectual or others, which are presented as the enemy to be defeated.

Besides antielitism, the second feature common to most populists is antipluralism. Whatever the people may be (Müller 2016, p. 22, Wodak et al 2013 p. 4), be it ethically inclusive or exclusive (Wodak 2013, p.14), two – or three – dimensional²³ populist leaders claim the exclusive moral right to represent it (Müller 2016, p. 3) in the sense that whoever does not support them has no

23 The people against the elites (leftwing populism) or the people against both the elites and the other, namely immigrants (rightwing populism), which Judis refers to as dyadic or triadic populisms (2016 p. 15).

right to any claim of belonging to the people, since they alone can represent the people. In a sort of metonymy in which a portion of the people stands for the whole of the people, populists limit their view of the people to their own supporters and all those who do not follow are presented as belonging to the opposite side. Mudde and Kaltwasser sum up these two essential characteristics of all populist movements in this way:

There are at least two direct opposites of populism: elitism and pluralism. [...] Pluralism is the direct opposite of the dualist perspective of both populism and elitism, instead holding that society is divided into a broad variety of partly overlapping social groups with different ideas and interests. [...] Diversity is seen as a strength rather than a weakness. Pluralists believe that a society should have many centres of power and that politics, through compromise and consensus, should reflect the interests and values of as many different groups as possible. (2017, pp. 7, 8).

Alongside antielitism and antipluralism, another characteristic shared by most populists is the constant demand for a supposedly more direct democracy, some sort of people's direct rule without the usual checks and balances of democratic regimes (Wodak 2009, p. 3). According to populists, politics should be an expression of the *volonté générale* (general will) of the people (Mudde & Kaltwasser 2017, p. 6). Popular referenda, for instance, are often demanded by populist leaders or movements in order to guarantee the people's real contribution to the decision-making process instead of the usual legislators whom, albeit elected by popular vote, they increasingly distrust.

Lastly, populist movements often reveal a lack of a constant and systematic ideological orientation (Laclau 2005, p. 117). Unlike mainstream politicians, however radical, populisms easily shift from one position to another according to the events and the general mood, particularly as far as the national economy is concerned, in what Llogier calls "postideological populism" (2018, p. 40) and which Mudde and Kaltwasser refer to as "thin-centered ideology" (2017, p. 6).

3. Marcelo Rebelo de Sousa as a charismatic or providential man, popular or populist leader

Having confronted the terms of charismatic and providential leaders, and summed up the main features shared by most populist parties or movements, it is now possible to turn to Marcelo Rebelo de Sousa in order to determine

whether, on the one hand, he may be seen as a charismatic or a providential leader and, on the other hand, considering his unique popularity, he reveals features that are usually characteristic of populist leaders.

3.1. Charismatic or providential

Rebello de Sousa's election as Portugal's president in March 2016 was widely hailed, both in Portuguese and foreign media, as the triumph of a charismatic candidate, with some observers going a step further and seeing in Rebello de Sousa a providential man capable of taking the country out of a crisis that had then been going on for years (Sá Couto 2019, pp. 279-301). In Portugal's recent democratic history, other leaders may have been seen as charismatic, gifted with exceptional qualities, and capable of solving the crisis in which the country was then living.²⁴ But in view of the typologies defined above, and at a time when politicians are easily accused of providential ambitions or populist tendencies, it is important to determine to what extent the Portuguese president may be seen as wanting to appear as a charismatic or providential leader, by focusing on two essential differences that distinguish both types of leadership: the use of the crisis situation and the definition of the qualities that are evidenced.

Although crises faced by politicians holding power may be seen, anywhere and at any time, as opportunities for others who are seeking it, one of the most common features of providential leaders' rhetoric is the use of a situation of crisis in order to give an impression of a chaotic situation to which only exceptional qualities such as those which they claim as their own could put an end. For this reason, the crisis is often exaggerated and dramatized in order to draw as much political benefit as possible to serve their own political aspirations by making them appear as the nation's saviour sent by providence itself in order to set the bases for the exercise of their tyrannical power (Monod 2017, p 206).

As stated above, one of the main reasons for the choice of Rebello de Sousa's four speeches is that all were delivered at a time of crisis of some sort. But in none of these speeches does Rebello de Sousa attempt to exaggerate the crisis scenario, or dramatize it in a way, as is common practice among politicians. In total, in all four of the speeches analysed, the word is pronounced only three

²⁴ Arguably, and for different reasons, one may think of General Eanes's first election as president in 1976, Prime Minister Cavaco Silva in 1985 or Mário Soares's second term as president in 1991.

times²⁵, which confirms the Portuguese president's attempt to reassure more than alarm his audience. For instance, in March 2016, when addressing the nation shortly after his election, Rebelo de Sousa seems to have opted for the deliberately informal style which has made him Portugal's most famous TV pundit in previous years. When explaining his reason to ratify the 2016 budget proposed by the coalition of left-wing parties then in power, for instance, the president appears once again as the professor who lectures his audience and provides a balanced perspective on the state of the nation, its reasons and its potential consequences. Instead of pointing at potential politicians to blame for the situation, he uses a clearly professorial tone, asking and answering questions, and skilfully leading his audience to share in his conclusions.

As far as the 2016 budget is concerned, Rebelo de Sousa's bases his argumentation on a straightforward strategy to which he will stick throughout this communication to the country, and which essentially relies on the repetition of the same method: the presentation of the problems to be faced, the possible solutions and the justification of his own decision to ratify the budget. He neither seeks to diminish the complexity of the problem (referring for example to its national, European and international dimension²⁶) nor to propose simple or straightforward solutions. The same can be said, to a lesser extent, of the highly emotional situation of the second series of fires in October 2017 when the President, who opted to speak to the country from one the most affected areas²⁷, did not take the opportunity to over-dramatize the situation. Despite the use of some rhetorical techniques that make the opening part of his speech somewhat more dramatic²⁸, the President, after duly stating the dimension of the human tragedy and reminding the government of its own responsibility, maintained his usual polished style.

25 Two of these occurrences can be found in the statement on the ratification of the budget in 2016 (each time referring exclusively to the economic crisis), the other one being used in Portuguese in 2019 to refer to the ordeals suffered by the Portuguese people throughout its history.

26 *O Orçamento de Estado nasce numa situação complexa com sinais contraditórios a nível mundial, a nível europeu e a nível nacional* (March 2016).

27 *Aqui, em Oliveira do Hospital, o último fim de semana conheceu o maior número de vítimas, de desalojados, de desempregados, de pessoas atingidas pelos fogos. Por isso, falo aos portugueses daqui* (October 2019).

28 For example, the opening accumulation of all the victims of the fires or a long anaphora in which he starts ten successive sentences with "He can and must say" to answer the question raised by himself: "What can the President say?" (*O que pode e deve dizer o Presidente da República? Pode e deve dizer [...]*).

All through his public life as a politician and TV pundit, and even more so since his election in January 2016, Rebelo de Sousa has been widely regarded as a politician particularly close to the people and prone to showing his emotions towards people in general, to such a point that he is often referred to as “the President of emotions”. The forest fires and their dramatic number of casualties offer a unique opportunity to display emotions usually associated to his character: empathy, sympathy and comfort of people in need. And Rebelo de Sousa did just that, offering TV cameras unusual scenes of a President hugging and kissing people who had lost just about everything. Still, the qualities thus demonstrated are not meant to convey any sort of exceptional, supernatural or magical gift, but to evidence essentially humane qualities that are supposed to place him alongside ordinary people rather than above them. Instead of emphasizing the differences between the “people of flesh and bones” and their president, the head of state insists on the fact that he is, first and foremost, a person.²⁹ As such, he feels the same emotions as the ordinary people when he claims that the drama of the forest fires and its more than a hundred casualties will “never leave [his] thoughts” and “bear a huge weight over [his] conscience as well as on [his] presidential mandate”.³⁰

At the same time, he does not give up on his position as president, an essential ambiguity that he solves by intertwining emotion and reason: the feelings of a human being, who feels for his fellow citizens, on the one hand, and the duties of the head of the State, who must comply with his constitutional duties, on the other. He never pretends to shirk from either of these obligations, or to pretend, as self-proclaimed providential leaders so willingly do, to sacrifice his own comfort and wellbeing to carry out his duties and save the country. In other words, while claiming to be part of the people, to be one among them, he assumes his role as the voice and face of the system, which doesn't prevent him from calling for some adjustments to it³¹, albeit far from populist leaders' loud demands for systemic changes.

29 *Os dramas das pessoas de carne e osso. [...] O presidente da República é, antes de mais, uma pessoa* (October 2017).

30 *Estes mais de cem mortos não mais sairão do meu pensamento como um peso enorme na minha consciência tal como no meu mandato presidencial* (October 2017).

31 [...] *a necessidade de constante renovação do sistema político* (April 2018),

On the contrary, he wants to stand out as a reliable leader, true to his word³², who accompanies rather than guides his flock, “the people who come and go³³”, on their way through life, while reminding them, whenever the opportunity arises, of general truths about life in general, the art of politics or the path to be followed in the future. By doing so, Rebelo de Sousa clearly wishes to stand out as a figure that Fischer calls “pedagogue of the nation” (Fischer 2009, p. 38). More importantly, this attitude tends to make him a bridge rather than a barrier between the people and their elite. This characteristic takes its full meaning when it comes to evaluating to what extent the Portuguese president may be seen as a populist.

3.2. Popular or populist

Populist leaders always see themselves as the exclusive defenders of the good people against the corrupt elite, without any attempt to define what both these terms may refer to, which is why analyzing Rebelo de Sousa’s attitude in this respect may give a first indication as to whether he may be considered a populist. The main indication as to the type of Portuguese society defined by the Portuguese President may be reached by paying attention to his use of the first-person plural pronoun “we”. Based on Wodak’s typology (Wodak et al. 2009, pp. 45-47), one can trace three main uses of the “we” in Rebelo de Sousa’s rhetoric, as the following table illustrates:

Table 3: Rebelo de Sousa’s use of the “we” pronoun

Use of We	Who does “we” include	Examples
I + you (plural) + they	Speaker + the whole of the Portuguese citizens, past and present, the Portuguese imagined community	<ul style="list-style-type: none"> – Our way of being what we are (2019); – Portugals are being built every day, far from our sight, but close to our heart (2018); – We will be 900 years old in less than three decades (2019).³⁴

32 *Eu prometi aos portugueses que como Presidente da República lhes falaria para explicar as minhas decisões. É o que faço hoje* (March 2016).

33 *As pessoas que vão e que vêm* (October 2017).

34 *O nosso modo de sermos o que somos; todos os dias constroem-se Portugais longe da nossa vista mas perto do nosso coração; faltam menos de três décadas para fazermos 900 anos.*

I + you (plural)	Speaker + audience (viewers, listeners, readers...)	<ul style="list-style-type: none"> – We do not forget, we do not omit, we do not erase (2018); – Time for us to remember the past and to learn lessons for the present and the future (2018); – The democracy that we are today (2018).³⁵
I + they	Speaker + political decision-makers	<ul style="list-style-type: none"> – People are the reason of our daily commitment (2019); – This is our last opportunity to take the forest seriously and to make it a national priority (2017); – Let us not minimize it (about the danger of populism).³⁶

The “we” used by Rebelo de Sousa therefore includes, in turn, a historical nation, a community of living citizens and a group of political decision-makers, which all reveal an essentially inclusive view of the nation as well as the refusal to limit the notion of people to a restricted group of individuals sharing the same self-defined characteristics and whom populist leaders pretend to be the only ones to defend. In that respect, it is significant that the President includes himself in all three groups, including the one restricted to the ruling elite, the only one from which the people are *de facto* excluded but to which he willingly acknowledges to belong. By doing so, he presents himself again as the link between the people and their leaders. This assimilation even goes further when Rebelo de Sousa deliberately confuses the first-person singular and plural pronouns “I” and “we” to give the impression of a perfect fusion between his own individual fate and the collective destiny of the nation: “this future will be more fair, more supportive, more humane; I am sure of it, we are sure of it; because I believe, because we believe in Portugal” (June 2019).³⁷

Conversely to the uses of the first-person pronouns, the third-person plural pronoun “they”, so dear to populist leaders to refer to an unidentified, obscure, evil enemy, is hardly ever used by Rebelo de Sousa. The only example of “they” taken as “the others” actually occurs on 25th April 2018 when the President launches a scathing attack on what he calls “dangerous populist temptations” and “sebastianist, messianic and providentialist illusions”. From his position

35 *Não esquecemos, não omitimos, não apagamos; tempo mais do que suficiente para recordarmos o passado e retirarmos ilações para o presente e para o futuro; a democracia que hoje somos.*

36 *As pessoas a razão de ser do nosso empenho diário; este é a última oportunidade de levarmos a sério a floresta e a convertermos em prioridade nacional; não o minimizemos (os vazios que venham a ser deixados pelos protagonistas institucionais alimentarão tentações perigosas de apelos populistas.*

37 [...] *que este futuro seja muito mais justo, solidário, humano... e vai sê-lo, tenho a certeza, temos a certeza, porque eu acredito, porque nós acreditamos em Portugal!* (June 2019).

as leader of the Nation, he warns an audience mostly constituted of leading politicians and, beyond, the whole of the Portuguese people, against the dangers that the concentration of power in the hands of a single person, party, economic group or institution would pose to democracy. The professorial tone is again used to encourage his fellow citizens not to concede to “claustrophobic and xenophobic hyper-nationalisms that would bring shame on them”. At the same time, the President reminds his audience of the essential difference between “political leaders’ occasional prestige or popularity and their attempt to pass for God-sent saviours”, thereby clearly alluding to populist politicians’ attempt to display supposedly exceptional qualities, and to thrive on people’s divisions.³⁸

The other essential aspect that seems to distinguish the Portuguese President’s rhetoric from the one frequently used by populists is the constant effort to see the Portuguese nation as one, to include every citizen in what he defines as “a single nationhood in the diversity of the ‘Portugals’ that build it both inside and outside” (therefore including the members of the diaspora scattered all around the world and that Rebelo de Sousa repeatedly brings attention to). By constantly reminding his audience of the country’s diversity, he promotes, instead of denying, the intrinsic plurality of the Portuguese identity. This is particularly obvious throughout the speech delivered in Portalegre on 10th June 2019, which is centred around what he states as “the real national challenge: to be, more and more, a community of belonging, of inclusion”.³⁹

According to the Portuguese president, this community is made of each and every member of the Portuguese nation, regardless of their social condition, cultural background or geographic location. In order to reinforce this image of the nation as a whole and as the sum of its individualities, Rebelo de Sousa chooses to insist on what brings people together and cement them as members of one common community, from painful ordeals through centu-

38 *Os vazios que venham a ser deixados pelos protagonistas institucionais alimentarão tentações perigosas de apelos populistas e até de ilusões sebastianistas, messiânicas ou providencialistas. Ora, mesmo que esses apelos e ilusões acreditem que o poder forte sonhado, seja ele de uma pessoa, de um partido, de um grupo económico, de um parceiro social, de uma instituição público-privada é compatível com a democracia, certo é que a deriva resultante seria sempre não-democrática. Por isso, não confundimos o patriotismo de que nos orgulhamos com hipernacionalismos claustrofóbicos, xenófobos que nos envergonhariam. [...] Nem confundimos o prestígio ou a popularidade mais ou menos conjuntural de um ou mais titulares do poder com endeusamento ou vocação salvífica (Abril 2018).*

39 *Uma só pátria na diversidade dos portugueses que a formam cá dentro. [...] O verdadeiro desafio nacional: sermos cada vez mais uma comunidade de pertença, de inclusão (June 2019).*

ries of common history to recent successes on the international scene, instead of on what may separate them. It is the constant promotion of this collective memory, common to every Portuguese citizen, that he sees as one of the main duties to fulfil in the exercise of his presidential function. By doing so, he is in a way saying to all members of the Portuguese community that “we” are together, for better or for worse: “Let us remember our past. All of it, the best and the worst, was Portugal. We neither can, nor should, omit or erase our collective failures”.⁴⁰

4. Conclusion

As far as the Portuguese president Marcelo Rebelo de Sousa is concerned, there can be little doubt as to his charismatic leadership insofar as he displays a whole range of characteristics that seem to legitimize his situation as the nation’s leading statesman. These qualities are essentially personal and, as such, cannot be attributed to what Weber describes as a charisma of function (1995, p. 313) not only because they were there well before his accession to the country’s highest position but because some of his predecessors were not widely seen as being endowed with the same qualities. At the same time, the charismatic nature of Rebelo de Sousa’s leadership can in no way be seen as providential in the sense of some supposedly supernatural or heroic trait that providence would have offered some self-appointed messiah. As such, the Portuguese president’s charisma fits into democratic structures, unlike providential leaders who seek to impose their self-attributed extraordinary qualities to save their countrymen, including against their own will if necessary.

At the same time, instead of making the most of crises in order to gain the votes of disgruntled citizens by offering apparently simple solutions to complex problems and pointing out scapegoats, the Portuguese president wants to appear as a peacemaker among the people and, above all, as a bridge between all members of the Portuguese community that he strives to keep as united as possible. By doing so, he undoubtedly works to unite, instead of dividing, the people as a whole and their elites, and to appear as a bridge between them by constantly stating his belonging to both sides.

⁴⁰ *Recordamos o nosso passado. Todo ele, o melhor e o pior, foi Portugal. Não podemos nem devemos omitir ou apagar os nossos fracassos coletivos* (June 2019).

As far as the form is concerned, it cannot be denied that Rebelo de Sousa, as a product of what Moffitt defines as “the increasing ‘presidentialisation’ and ‘celebritisation’” of contemporary politics (Moffitt 2016, p. 56) or as what Sá Couto sees as a “President-celebrity” (2019), makes use of some rhetorical techniques that are usually favoured by populist leaders, and occasionally yields to demagogic temptations. But as the political scientist Carlos Jalali explained in the *Público* newspaper on 9th March 2019, “it takes more than a populist rhetoric to make a populist”, and there can hardly be any doubt that the values displayed by the Portuguese president throughout the analysed speeches do not match those traditionally defended by populist leaders. To quote Kojève’s four types of legitimate authority, Rebelo de Sousa frequently appears as the master, sometimes as the judge, occasionally as the father but never as the chief, whose strength and willingness to impose it potentially leans towards autocratic forms of government (Kojève 2004, pp. 139-154; Monod 2017, pp. 71-74).

Beyond the case of the Portuguese president, what is at stake here is to contribute to distinguish the concepts of popular and populist leaders on the one hand, and of charismatic and providential leadership on the other. As such, this research aims to propose a different and unique perspective on concepts that are often used without the necessary precision and, above all, without the notion that they are, by definition, interrelated. In sum, the ultimate goal is to propose a stepping stone towards the resolution of the following equations within the context of the Portuguese democracy with, on the one hand, popular politicians’ charismatic leadership within democratic regimes and, on the other, populists’ providential leadership inevitably leaning towards autocratic ambitions.

References

- Charaudeau, P. (2015). Le Charisme comme condition du leadership politique. *Revue française des sciences de l’information et de la communication*. Consultado em : <http://journals.openedition.org/rfsic/1597>
- Dorna, A. (2012). *Faut-il avoir peur de l’homme providentiel?* Paris: Bréal.
- Eatwell, R., & Goodwin, M. (2018). *National Populism: the Revolt against Liberal Democracy*. London: Pelican.
- Fairclough, I., & Fairclough, N. (2012). *Political Discourse Analysis*. London: Routledge.

- Fairclough, N. (2010). *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language* (2nd ed.). London: Longman.
- Fischer, D. (2009). *L'Homme providentiel: un mythe politique en République de Thiers à De Gaulle*. Paris: L'Harmattan.
- Gaffney, J. (2014). Performative Political Leadership. In Rhodes E. A. W & t'Har P (Eds), *The Oxford Handbook of Political Leadership* (pp. 389-402). Oxford: OUP.
- Garrigues, J. (2012). *Les Hommes providentiels*. Paris: Seuil.
- Girardet, R. (1986). *Mythes et mythologies politiques*. Paris: Seuil.
- Judis, J. (2016). *The Populist Explosion*. New York: Columbia.
- Kojève, A. (2004). *La Notion de l'autorité*. Paris: Gallimard.
- Laclau, E. (2005). *On Populist Reason*. London: Verso.
- Llogier, R. (2018). Populisme liquide dans les démocraties occidentales. In B. Badie & D. Vidal (Eds.), *Le Retour des populismes* (pp. 39-48). Paris: La Découverte.
- Moffitt, B. (2016). *The Global Rise of Populism*. Stanford: Stanford University Press.
- Monod, J. (2017). *Qu'est-ce qu'un chef en démocratie? Politiques du charisme* (2nd ed.). Paris: Seuil.
- Mouffe, C. (2018). *For a Left Populism*. London: Verso.
- Mudde, C. & Kaltwasser, R. (2014). Populism and Political Leadership. In Rhodes E. A. W & t'Har P (Eds), *The Oxford Handbook of Political Leadership* (pp. 376-388). Oxford: OUP.
- Mudde, C., & Kaltwasser, R. (2017). *Populism: A Very Short Introduction*. London: Oxford University Press.
- Müller, J. (2016). *What is Populism?* Philadelphia: Philadelphia University Press.
- Sá Couto, S. (2019). *O Presidente Celebridade*. (Tese de Doutoramento, Universidade do Porto, Porto).
- Salgado, S., & Silva, F. (2018). Why No Populism in Portugal?. In Lobo, M. C., Silva F. C. & Zúquete J. P., *Changing Societies: Legacies and Challenges*, Volume 2 (pp. 249-268). Lisbon: Imprensa de Ciências Sociais.
- Salgado, S., & Zúquete, J. (2017). Portugal: Discrete Populisms and Unfavourable Contexts and Stigmatization. In Aalberg, T., Esser, F., Reinemann, C., Strömbäck C., & Vreese, C., *Populist Political Communication in Europe* (pp. 235-248). London: Routledge.
- Van Dijk, T. A. (1997). What is political discourse analysis? *Belgium Journal of Linguistics*, 11, 11-52
- Weber, M. (1995). *Économie et société* (2nd ed.). Paris: Plon.
- Weber, M. (2015). *La Domination* (2nd ed.). Paris: La Découverte.
- Wodak, R., De Cillia, R., Reisigl, M., & Liebhart, K. (2009). *The Discursive Construction of National Identity*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Wodak, R., Khosravini, M., & Mral, B. (2013). *Right Wing Populism in Europe. Politics and Discourse*. London: Bloomsbury Academics.

Populismo(s) e suas manifestações

«A sustentabilidade da política e dos discursos políticos como discursos públicos deve necessariamente contemplar as disrupções dos populismos. Diríamos, mesmo, que não há política sem populismo. Quebra-se, assim, uma das primeiras marcas de populismo assente na dicotomia nós – eles. A questão não estará, pois, em suprimir os discursos e atos populistas, mas em encontrar as raízes do fenómeno, determinar as suas características e os contextos de ocorrência, circunscrever, numa palavra, os modos de tais manifestações.»

guagens



CEHUM
Centro de Estudos Humanísticos
da Universidade de Lisboa

FCT
Fundação para a Ciência e a Tecnologia
UIDP/00305/2020

COMPETE
PROGRAMA OPERATIVO DE FACTOR COMPETITIVIDADE

QREN
QUADRO DE REFERÊNCIA
ESTRATÉGICO
NACIONAL
2014-2020

 **UNIÃO EUROPEIA**
Fundo Europeu de
Desenvolvimento Regional

ISBN 978-989-755-789-7



9 789897 557897