

Populismos de direita e autoritarismos: apontamentos teóricos para estudos sobre a comunicação populista¹

Right-wing populism and authoritarianism: theoretical notes for studies on populist communication

https://doi.org/10.14195/2183-6019_12_3

Resumo:

Neste artigo, empreendo uma revisão bibliográfica sobre populismos a partir de trabalhos centrados na ideologia e na comunicação a fim de discutir especificamente a relação entre comunicação populista, autoritarismos e os novos populismos de direita que emergiram em anos recentes em diversos países. O objetivo do trabalho é evidenciar a conexão entre comunicação populista e autoritarismos como chave preferencial de interpretação para fenômenos midiático-populistas de direita em países que vivem contextos sociais e políticos diferentes tais como Itália e Brasil. Ao final, discuto as contribuições das diferentes abordagens para compreensão da comunicação populista para fins iliberais e autoritários.

Palavras-chave: Populismos de direita; autoritarismos; comunicação populista; populismo midiático.

Abstract:

This article provides a bibliographical review of populism based on works that focus on ideology and communication, in order to discuss, in particular, the relation between populist communication, authoritarianism, and the new right-wing populism that have emerged in recent years in several countries. The purpose of the work is to highlight the connection between populist communication and authoritarianism as the preferential key to interpreting right-wing media-populist phenomena in countries with different social and political contexts, such as Italy and Brazil. The paper concludes with a discussion of the contributions of the different approaches to understanding populist communication for illiberal and authoritarian purposes.

Keywords: Right-wing populism; authoritarianism; populist communication; media populism.

¹ A discussão proposta neste artigo faz parte do projeto “Neopopulismo e discorsi autoritari nei media: una analisi comparativa Italia-Brasile”, que foi desenvolvido na Università Degli Studi di Milano (2019-2020), sob a supervisão do Prof. Gianpietro Mazzoleni, e contou com o financiamento da Fundação de Apoio à Pesquisa do Distrito Federal – FAPDF.

² Liziane Soares Guazina é Professora da Faculdade de Comunicação e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília. Colaboradora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Mato Grosso.

Introdução

Os populismos de direita têm crescido nas democracias liberais, especialmente no contexto de crise global dessas democracias (Mounk, 2018; Galston, 2018; Przeworski, 2019) e do que Mouffe (2020) apontou como um momento de erosão dos ideais democráticos da soberania popular e da igualdade. O fenômeno da nova onda populista, caracterizada pela propagação de discursos políticos radicais de direita nas mídias sociais e no jornalismo político, abarca desde os Estados Unidos na Era Trump, com constantes ataques às minorias, especialmente imigrantes latino-americanos, passa pela América Latina, com o exemplo recente do Brasil com Jair Bolsonaro, e também pode ser observado em países europeus como Itália, Inglaterra, Áustria e Alemanha¹. Já em 2006 Betz e Johnson indicavam como, na experiência europeia, discursos populistas de direita definiam os limites do debate público em um número importante

de temas, especialmente imigração e segurança. De lá para cá, outros países passaram por transformações políticas em que os apelos populistas à direita voltaram ao centro da cena pública.

A bibliografia internacional recente sobre populismos contemporâneos é vasta e se dedica aos mais variados aspectos do fenômeno, a partir de diferentes contextos políticos, econômicos e sociais, e não se limita às distinções direita ou esquerda, ou a líderes políticos, partidos e movimentos sociais. O conceito, muitas vezes descrito como “contestado”, “*catch word*” ou um “*buzzword*”, tem sido discutido por inúmeros autores importantes dos campos da Ciência Política e da Comunicação Política (Wayland, 2001; Mazzoleni, 2014; Laclau, 2005; Mudde, 2007; Mudde & Kaltwasser, 2012; Mudde & Kaltwasser, 2017; Krämer, 2014; de la Torre, 2015; Aalberg, Esser, Reinemann, Strömbeck, & de Vreese, 2017; Engesser, Ernst, Esser, & Buchel, 2017; Norris & Inglehart, 2019).

Neste artigo, faço uma breve revisão bibliográfica sobre os principais

conceitos do populismo com o objetivo específico de evidenciar a relação entre a comunicação populista utilizada por líderes populistas de direita e autoritarismos. Esta relação pode ser compreendida como chave preferencial de interpretação para explicar o sucesso de fenômenos midiático-populistas de direita (*far-right*) em países que vivem contextos sociais e políticos diferentes, como Itália e Brasil. Importante registrar que o recorte específico na relação entre populismos de direita e autoritarismos surge do esforço de compreensão de fenômenos emergentes no cenário internacional e não ignora, por óbvio, outras combinações entre ideologias e valores autoritários.

Registro ainda que, para fins deste recorte específico que proponho, não tenho por objetivo aqui tratar das diferenças entre “famílias” de tradições populistas, como denomina Mouffe (2020), nas várias regiões do mundo, tampouco vou me ater ao estudo dos populismos clássicos. Ao longo do texto, no entanto, pontuarei a respeito de diferenças de abordagem sócio-históricas a fim de contribuir para uma sistematização

¹ Uma exceção neste quadro é Portugal, como mostra Salgado (2018), cujos expoentes populistas ainda não se configuraram em governo eleito.

analítica mais clara do conceito *vis-à-vis* os contextos específicos de ocorrência do fenômeno².

Em um primeiro momento, identifico as diferentes acepções do conceito de populismo, destacando as definições que considero relevantes para se compreender especificamente as relações entre comunicação populista, autoritarismos e populismos de direita, tanto do ponto de vista de uma definição ideológica do conceito quanto do ponto de vista de uma definição centrada na comunicação propriamente dita.

Em seguida, discuto alguns estudos sobre populismo centrados na abordagem da Comunicação e Política a fim de mostrar como as características da comunicação populista atual viabilizam a manutenção de poder de líderes populistas que se utilizam de valores e discursos autoritários. Tais elementos culturais autoritários “flutuantes” são normalizados nas mídias sociais e pela mídia *mainstream* ao serem embalados por uma abordagem

de política pop nas mídias sociais e na mídia tradicional. Assim ganham apelo popular e tornam-se parte da cultura midiática em um círculo de criação e reprodução de tensões e ameaças crescentes às democracias liberais.

Portanto, a concepção de autoritarismo utilizada para esta articulação não trata propriamente de regimes autoritários, mas diz respeito, como propõem Norris e Inglehart (2019), a culturas autoritárias (presentes mesmo em democracias liberais) que priorizam um conjunto de valores antidemocráticos para resoluções dos conflitos políticos e sociais internos às sociedades. Entre esses valores antidemocráticos apontados pelos autores, destaco 1) a intolerância, 2) a imposição de barreiras simbólicas, territoriais ou negação de direitos a grupos étnicos/ou sociais como forma de garantir segurança aos grupos nativos e/ou privilegiados contra os riscos da instabilidade e da desordem, 3) a cultura do medo e da ameaça contra a cultura da liberdade, da transparência e da pluralidade, 4) a preservação de valores morais e/ou religiosos tradicionais contra os valores da diversidade,

e a 5) obediência ou lealdade a lideranças fortes que oferecem soluções fáceis para problemas complexos. O elemento crucial, nesta abordagem, é o reconhecimento de que valores que defendem a exclusão de grupos ou indivíduos do sistema democrático de direitos e da convivência social (portanto, hostis aos direitos humanos) constituem-se em valores de cunho autoritário.

Para ilustrar a discussão, apresento ao longo do texto alguns exemplos relativos a líderes populistas de direita como o italiano Matteo Salvini (do partido Lega Salvini Premier), e o brasileiro Jair Bolsonaro (sem partido), dois dos mais bem-sucedidos líderes políticos contemporâneos no uso estratégico da comunicação populista nos meios digitais. Apesar dos diferentes contextos, tanto Salvini quanto Bolsonaro tornaram-se populares e eleitoralmente bem-sucedidos em seus respectivos países fazendo uso massivo da comunicação digital focada em discursos personalistas de cunho autoritário, *antistabishment* e anti-esquerda, e na polarização nós versus eles, como se verá mais adiante.

2 Um resumo das especificidades das experiências populistas na América Latina, por exemplo, pode ser encontrado em Waisbord (2013).

As múltiplas abordagens sobre o fenômeno do populismo contemporâneo

Como afirmou Canovan (1999), as fontes do populismo podem ser encontradas nas tensões desenvolvidas no coração das democracias. E os pilares dos discursos populistas podem ser definidos a partir das dimensões de “povo”, “elites” e “outros” (Bobba, 2017). Sobre esse argumento, Waisbord (2013) indica como a interpretação de Laclau (1980), em um estudo clássico relativo aos populismos latino-americanos, permite perceber a característica de articulação discursiva do populismo, que organiza uma visão sintética e antagonista do “povo” contra os poderes estabelecidos, em uma típica estratégia de conflito político definida em “nós versus eles”. Para Laclau (2005), são necessárias certas pré-condições para a ocorrência de populismos; dentre elas, a formação de uma fronteira *antagônica* interna que separa “o povo” do poder e a unificação de diferentes demandas populares que transcendem o sentimento de solidariedade vaga; e passa a ser percebido como um sistema estável de

significação (p. 74). Nesta leitura em que “o povo” tem um significado vazio que pode ser preenchido a depender das demandas reais, o populismo pode ser entendido como uma força de emancipação popular, uma vez que é a própria essência da política.

Em outra perspectiva, Norris e Inglehart (2019) propõem pensar o populismo como um estilo retórico de comunicação que reivindica que “1) a única autoridade democrática legítima flui diretamente do povo e 2) os detentores do poder estabelecido são profundamente corruptos e autointeressados, traidores da confiança pública” (p. 66, tradução livre). Para os autores, esses dois componentes seriam inerentes ao fenômeno do populismo e são fundamentais para se pensar o apelo ao “povo” como base fundante, e ao mesmo tempo, móvel dos discursos populistas, que se combina com outros elementos, como nacionalismos, xenofobias e formas de soberania. A suposta autoridade da “voz do povo” pode ser utilizada de diferentes formas a depender do contexto social e político de cada país, sendo contraposta como argumento às opiniões de especialistas, autoridades

legais, cientistas, e, no limite, às instituições públicas e salvaguardas que protegem as minorias. Para certos líderes políticos, a retórica populista procura diminuir a legitimidade das estruturas estabelecidas de poder das democracias liberais com discursos frequentemente de cunho radical, *outsider* e desiludido como forma de restaurar uma suposta “real” democracia (pp. 66-67).

Já para Mudde e Kaltwasser (2012; 2017), dentre as múltiplas formas de se compreender o populismo, a mais profícua é a abordagem ideacional (*ideational approach*), utilizada amplamente em estudos na Europa. De acordo com os autores, populismo pode ser definido como uma “*thin-centered ideology*” que considera a sociedade separada em dois campos homogêneos e antagônicos: o povo versus a elite corrupta, e no qual se argumenta que a política deve ser a expressão da vontade geral do povo.

Esta definição de populismo, argumentam os autores, ajuda a compreender a maleabilidade do conceito e, ao mesmo tempo, permite que o populismo possa ser ligado a outros elementos ideológicos vinculados a

*Dentre as múltiplas
formas de se
compreender o
populismo, a
mais profícua
é a abordagem
ideacional
(ideational
approach)*

“full-ideologies”, tais como fascismo, liberalismo ou socialismo. Visto dessa forma, o populismo pode ser entendido como um mapa mental através do qual os indivíduos analisam e compreendem a realidade política (Mudde & Kaltwasser, 2017, p. 6).

Definir o conceito de populismo como uma ideologia tênue também permite articulá-lo a outros fenômenos, como o clientelismo, bastante estudado na América Latina, e a valores culturais presentes em cada país, incluindo elementos culturais de manifestação de retórica antipolítica e *antistabishment*³.

Em acordo com outras perspectivas, Mudde e Kaltwasser (2012; 2017), definem que o centro do conceito reside nos três elementos: o povo, a elite e a vontade popular. Ocorre, no entanto, que esses elementos também podem variar a depender dos contextos de cada país. Povo, por exemplo, pode ser combinado com, pelo menos, três significados diversos, a saber: como soberania popular, como é o caso do populismo de Matteo Salvini e de seu

partido, a Lega, na Itália; como as pessoas comuns (gente do povo), como é o caso do populismo de lideranças como Jair Bolsonaro, no Brasil, mas seu significado também pode ser construído a partir da ideia de “nação”, reforçando narrativas e mitos culturais fundadores das histórias dos países (nativismo) e, muitas vezes, servindo de elemento para a construção de discursos excludentes em relação a imigrantes ou grupos étnicos minoritários, como ocorre em vários países europeus, inclusive a Itália.

Em relação à elite, um aspecto que vale a pena destacar é o componente essencial do julgamento moral utilizado pelas lideranças políticas em relação às elites econômicas, culturais e políticas. Nestes casos, a construção de discursos populistas pode explorar múltiplas combinações de retórica antipolítica, marcada pela desconfiança na política e nos políticos, e *antistabishment*, que envolve especialmente a construção do conflito oposicional entre nós (povo e os líderes populistas que reivindicam serem seus representantes “legítimos”) e eles (ou as elites judiciária, política, econômica, cultural, etc) (Mudde & Kaltwasser, 2017).

³ Sobre esses conceitos, vale conferir Schedler (1997).

Um dos exemplos mais evidentes de uso de retórica *antistabishment* pode ser observado no caso brasileiro, com destaque para a atuação política do ex-capitão do Exército e atual presidente da República Jair Bolsonaro, que não somente explorou o sentimento *antistabishment* durante os 28 anos de vida parlamentar na Câmara dos Deputados, como beneficiou-se do caldo cultural antipetista catalisado pelas novas e velhas direitas conservadoras que emergiram das manifestações de Junho de 2013 em diante (Tatagiba, 2014; 2017; Messenberg, 2017). Esses grupos de diferentes origens dentro do campo da direita ganharam visibilidade e articulação nacional como uma rede antipetista nas mídias sociais digitais na campanha eleitoral presidencial de 2014 (Alves, 2016), vencido pela então presidente Dilma Rousseff, do Partido dos Trabalhadores (PT), e se tornaram atores fundamentais para seu impeachment em 2016 (Santos & Guarnieri, 2016; Pezone & Miguel, 2019).

A força do antipetismo e do *antistabishment* nos anos recentes no Brasil foi alavancada por escândalos político-midiáticos de corrupção

decorrentes das investigações da Operação Lava-Jato, lideradas pelo então juiz Sergio Moro, ex-ministro da Justiça de Bolsonaro. Como alertam Mudde e Kaltwasser (2017), grandes escândalos de corrupção criam um terreno fértil para sentimento populista entre faixas importantes da população (p. 110).

Recentemente, Jair Bolsonaro, já no exercício da presidência e em plena pandemia do novo coronavírus de 2020, passou a liderar passeatas populares contra o Supremo Tribunal de Justiça brasileiro e a incitar grupos (inclusive, armados) a defenderem o fechamento do Parlamento em evidente tentativa de desestabilizar os demais poderes da República⁴.

O apoio do presidente da República ao fechamento do Congresso e do Supremo Tribunal Federal inspirou grupos de ativistas de extrema-direita que fizeram manifestações com máscaras e tochas na Praça dos Três

Poderes, em Brasília, em 2020⁵. Os atos utilizaram a estética já conhecida de movimentos racistas como a *Ku Klux Klan* e performances com expressões usadas por movimentos de extrema direita no mundo. Além disso, membros do governo Bolsonaro utilizaram referências simbólicas explícitas ao nazismo e a supremacia branca⁶.

Como bem lembram Mudde e Kaltwasser (2017), líderes políticos não agem no vácuo, e o caldo político-cultural que permite a Bolsonaro e seus apoiadores ameaçar outros poderes da República no Brasil está relacionado a uma variedade de valores culturais e estereótipos de cunho autoritário que emergiram naquela conjuntura específica pós-*impeachment* de 2016. Esses elementos servem como pano de fundo para que sejam traçadas estratégias comunicativas de construção de sua própria imagem como líder legítimo e autêntico.

4 Recuperado em 31 mai., 2020, de <<https://oglobo.globo.com/brasil/da-rampa-do-planalto-bolsonaro-adere-protesto-contramoro-stf-congresso-diz-que-chegou-no-limite-24408096>>.

5 Recuperado em 31 mai., 2020, de <<https://congressoemfoco.uol.com.br/governo/bolsonaristas-copiam-klu-klux-klan-em-ato-contrastf-veja-o-video/>>.

6 Recuperado em 31 mai., 2020, de <<https://www.youtube.com/watch?v=61-99HUGbAs>>.

E esse é um ponto de partida relevante quando se pensa na relação entre comunicação populista, populismo de direita e autoritarismos. De que maneira se estabelece essa conexão que pode ganhar amplo efeito político a ponto de levar lideranças populistas a vencerem eleições e a tensionar as instituições democráticas em vários países?

Populismos de direita e autoritarismos

Em recuperação histórica com ênfase na trajetória da *far-right* na Europa, Mudde (2019) afirma que a atual emergência das lideranças e partidos de direita se constitui na quarta onda da direita após a Segunda Guerra Mundial. Depois da primeira onda do Neofascismo, presente nos primeiros dez anos após a Segunda Guerra Mundial (1945-1955), pequenos grupos e partidos neofascistas, de origem rural continuaram a existir nas margens das sociedades ocidentais; o que configurou a segunda onda de populismo de direita dos anos compreendidos entre 1955 e 1980. Nos Estados Unidos, por

exemplo, esses grupos estavam envolvidos em movimentos anticomunistas e racistas. Na Inglaterra, slogans como “Stop Immigration” e “Make Britain Great Again”, ainda hoje usados por lideranças como Donald Trump nos Estados Unidos, foram utilizados por grupos como o British National Front (NF) (p. 11-17). Entre os anos 1980 e 2000, pontua Mudde (2019), emergem e se estabelecem no sistema partidário novos partidos de direita, como a Lega Nord na Itália. A partir dos anos 2000 até hoje, a quarta onda se caracteriza pelo que Mudde chama de “*mainstreaming of the far-right*” (p. 20), isto é, o movimento de institucionalização dos partidos de direita, que passam a fazer parte do cenário político eleitoral com grande evidência, tornando-se parte das coalizações partidárias e das formações de governo dentro dos sistemas políticos de vários países europeus, como por exemplo, a Itália, a Hungria, a Áustria.

No fragmentado contexto de posicionamentos político-ideológicos, como definir os populismos de direita? Para fins deste artigo, utilizo a delimitação conceitual proposta por Mudde

(2019) sobre a *far-right*: movimentos e partidos que se configuram como *antistabishment* e hostis a elementos essenciais das democracias liberais. Estes, segundo o autor, podem ser divididos basicamente em dois grandes grupos: a extrema direita, que rejeita regras essenciais da democracia, como a soberania popular e o poder da maioria, cujo exemplo sempre lembrado é o fascismo, e a direita radical, que aceita e atua dentro dos limites da essência da democracia, mas se opõe a elementos fundamentais vinculados aos direitos humanos como os direitos das minorias (p.7)⁷.

Em que pese as nuances relativas a diferentes contextos socioculturais e a atuação heterogênea desses movimentos e partidos em cada país, é importante ressaltar que em todos eles se pode encontrar o uso do conflito e da polarização “nós” versus “eles”, também característico da retórica populista midiática, como potente instrumento ideológico de construção da imagem de seus adversários como ameaças ou inimigos (p. 46).

⁷ Na Itália, a extrema-direita é representada por movimentos como o Casa Pound Itália. Cf. Gattinara & Froio (2017).

Como aponta Gandesha (2018), os populismos alinhados à direita tendem a confundir “o povo” com uma nação em guerra que enfrenta, em geral, inimigos externos e tende a definir esses inimigos em termos personalizados, isto é, focando em grupos particulares. No contexto europeu e norte-americano de democracias liberais, esses populismos são caracterizados, por exemplo, pela preferência em três temas: imigração, segurança e corrupção. Ao redor desses três eixos, oscilam temáticas que auxiliam na construção narrativa polarizada do “nós” versus “eles” em relação à ideia de povo, de elites e dos “outros”.

Para tanto, nacionalismos, soberanismos e xenofobia são valores articuláveis da cultura acionados nos discursos e ações populistas. Destaca-se, ainda, um componente étnico que reforça valores e direitos da maioria considerados nacionais (*in-groups*) e exclui valores e direitos das minorias (*out-groups*), especialmente imigrantes. Este é o caso de lideranças como Donald Trump, nos Estados Unidos, Marine Le Pen, na França, Matteo Salvini (Lega Salvini

*Os populismos
alinhados à
direita tendem a
confundir “o povo”
com uma nação
em guerra que
enfrenta, em geral,
inimigos externos e
tende a definir esses
inimigos em termos
personalizados,
focando em grupos
particulares*

Premier) e Georgia Meloni (Fratelli d'Italia) na Itália.

Mas há outros componentes no rol de posicionamentos dos populistas de direita, como a crítica à liberdade de imprensa e à mídia não-alinhada, o apego a valores tradicionais religiosos, e a forte agenda anti-gênero frequentemente hostil a direitos civis da população LGBTI e das mulheres (Dietze & Roth, 2020). No caso brasileiro, em anos recentes, para além do antipetismo e hostilidades em relação aos direitos das mulheres, da população LGBTI e da população negra e indígena, há ainda uma explícita adesão de Bolsonaro ao militarismo, à chamada guerra cultural contra a esquerda e a valores autoritários da ditadura civil-militar que perdurou no país por trinta anos. Estes valores são amplamente defendidos nos posicionamentos públicos de Bolsonaro nas redes sociais, em discursos oficiais e em entrevistas à imprensa desde sua atuação como deputado no Parlamento brasileiro, há mais de duas décadas.

Portanto, os discursos que acirram a polarização entre *in* e *out groups* e constroem a imagem de ameaça dos “outros” em relação ao

“nós” podem ser acionados tanto em relação à oposição entre população local versus imigrantes, quanto em relação entre maioria em oposição às minorias sexuais e/ou de gênero, e ou em relação à oposição direita e esquerda. Neste sentido, a exclusão de um grupo particular, considerado como inimigo (“*dangerous others*”), constitui característica relevante dos populismos de direita autoritários.

Mudde (2019) e Norris e Inglehart (2019) chamam a atenção para a relação estreita entre populismos de direita e autoritarismos. Para Mudde, o termo se refere, especificamente, à crença de uma sociedade ordenada na qual qualquer violação deve ser punida de forma severa. Dessa forma, líderes de direita autoritários partem do princípio de que todos os problemas da sociedade passam a ser questões a serem resolvidas de forma punitiva e moral (pp. 29-30).

Já Norris e Inglehart (2019) entendem que a combinação entre valores culturais autoritários e retórica populista é uma das ameaças mais perigosas para as democracias liberais na medida em que os discursos defendidos por esses atores desgastam

e tensionam a legitimidade das instituições e as normas democráticas, incentivando a cultura do medo.

Assim, para esses autores, populismos de direita e autoritarismos podem ser explicados como duas forças que se encontram e se complementam dentro das fronteiras dos significados culturais compartilhados de cada país. E os principais temas do populismo de direita na Europa passam a ser compreendidos também como conjuntos de valores que priorizam, por exemplo, a segurança coletiva do “nós” “contra os riscos de instabilidade e desordem” dos “eles” ou “outros” (imigrantes, estrangeiros ou qualquer que sejam os out-groups); “a preservação das tradições” e do “way of life” e a necessidade de obediência a líderes que prometem proteger o grupo (p.7).

A partir da teoria do *Cultural Backlash*, Norris e Inglehart (2019) mostram as razões do crescimento do que definem como populismo autoritário na Europa e Estados Unidos, analisando o vínculo entre três estágios: o primeiro, relacionado aos valores, e que diz respeito às transformações relativas ao aumento de acesso à

educação, ao crescimento da diversidade étnica, à urbanização no continente europeu e, por consequência, a um movimento amplo de crescimento dos valores liberais e pós-modernos identificados como alinhados ao cosmopolitismo, à globalização e à construção da União Europeia. O segundo estágio diz respeito ao crescimento eleitoral de partidos claramente identificados como populistas autoritários em múltiplos países e que se estabelecem no sistema partidário de forma permanente. Por último, no terceiro estágio, estariam os impactos desse crescimento na agenda das democracias e nas mudanças no curso da cultura cívica que levaram à emergência de um *Zeitgeist* populista com lideranças autoritárias sendo eleitas pelo voto popular.

Dessa forma, para os autores, o crescimento de líderes e partidos populistas autoritários pode ser observado como um movimento de reação à mudança cultural que possibilitou o compartilhamento de valores ligados à liberalização sexual, aos direitos humanos, à igualdade de gênero, e ao cosmopolitismo nas sociedades pós-industriais.

Mas, os processos de mudança cultural não podem ser devidamente explicados sem que se observe o *modus operandi* comunicativo e o contexto midiático dos países. A mídia, sem sombra de dúvida, é um elemento bastante importante para o sucesso ou fracasso dos populismos e a amplificação de discursos autoritários.

A comunicação populista e o populismo midiático

Engesser, Fawzi e Larsson (2017) fazem um mapeamento dos estudos internacionais sobre populismo na área de Comunicação e Política, revisitando alguns aspectos da ampla produção acadêmica sobre o tema. Os autores destacam que as diferentes concepções mais conhecidas sobre o termo populismo – como ideologia, descrito por Mudde & Kaltwasser (2017), conforme vimos neste artigo, como estilo (Jagers & Walgrave, 2007) ou como estratégia, definido por Weyland (2001) não são excluídas e podem ser combinados nas pesquisas. Para tanto, propõem que a abordagem que diz respeito à ideologia deve se concentrar no conteúdo

do que é comunicado (o que é dito). Já a abordagem centrada no estilo comunicativo do populismo deve observar a forma como os conteúdos populistas são comunicados (como é dito). Por outro lado, a abordagem que privilegia populismo como estratégia, deve centrar esforços em analisar os motivos e objetivos da comunicação populista (por quê?). Além disso, pode-se estudar o líder político propriamente dito, centrando a análise no emissor das mensagens populistas Aalberg & de Vreese, 2017).

Para Engesser et al (2017), a lógica da comunicação populista pode ser estudada, do ponto de vista do conteúdo/ideologia, a partir dos aspectos mais conhecidos como a soberania popular, a centralidade do povo (*people-centrism*), o anti-elitismo e a exclusão dos “outros”. Já do ponto de vista da forma/estilo, se pode observar os processos de simplificação, emocionalização e negatividade (especialmente o uso de hostilidades). Além disso, do ponto de vista das motivações e objetivos/estratégias, o foco se concentra no poder, na capacidade de mobilização e na legitimidade das ações.

Importante destacar que os autores também mostram como as diferentes dimensões da comunicação populista estabelecem novos caminhos e oportunidades para a lógica de produção de conteúdos e formas de característica populista na Internet, assim como o aparecimento de novos atores que interagem no processo de participação política digital.

Jagers e Walgrave (2007) propõem o populismo como um estilo comunicativo em que expressa sentimentos *antistablishment* e compreende a ideia de povo como um bloco homogêneo de pessoas. Por isso, a exclusão dos outros passa a ser tão relevante na construção da comunicação populista. Na tipologia proposta pelos autores, há desde um populismo completo (com todos os fatores) até um populismo específico de exclusão, quando se refere a apelos contra grupos determinados (*out-groups*).

Por outro lado, de Vreese, Esser, Aalberg, Reinemann, e Stanyer (2018) partem do reconhecimento de que o populismo deve ser comunicado discursivamente para atingir as metas do comunicador e os efeitos pretendidos na audiência. Dessa forma, os autores

localizam sua perspectiva como uma combinação entre a abordagem centrada na ideologia e o entendimento centrado no discurso. O argumento principal é que o populismo é um fenômeno eminentemente comunicativo, expresso em conteúdo e estilo, que pode ser desdobrado em diferentes degraus a partir do estudo dos partidos políticos, da mídia e dos cidadãos.

Em outra vertente, autores como Mazzoleni (2008; 2014) e Krämer (2014) chamam a atenção para como o discurso populista se ajusta aos padrões e formatos da mídia tradicional, e como a própria mídia *mainstream* se utiliza de estratégias populistas ao apelar para a dramatização, a emoção e o personalismo, ou ainda ao colocar instituições sob suspeição em coberturas jornalísticas de denúncias. Um aspecto importante desta lógica populista da mídia, chamada de populismo midiático (*mediapopulism*), é relativo às características do jornalismo político contemporâneo, tais como o personalismo, o negativismo, além da dramatização, da ênfase nos apelos emotivos e a combinação de critérios de noticiabilidade que permitem normalizar atores e discursos populistas.

Mitozo, Costa e Rodrigues (2020), por exemplo, mostram como as postagens de Bolsonaro no Twitter foram incorporadas no noticiário de referência por atenderem à busca por polêmicas que aumentam a audiência.

Krämer (2014) defende que as diferentes abordagens sobre populismo convergem e podem ser compreendidas a partir de alguns elementos centrais; dentre eles, o fenômeno característico de caráter coletivo relativo ao populismo, que se desdobra em outros elementos importantes para a atuação populista-midiática. Neste caso, o autor se debruça particularmente sobre a atuação da própria mídia e propõe a definição do populismo midiático como o uso de elementos de estilo e ideológicos pela mídia, com o objetivo de construção e favoritismo de *in-groups*, hostilidades em relação a *out-groups*.

Portanto, para Krämer (2014), o populismo midiático não apenas consiste na adaptação em direção a pretensas atitudes da audiência, mas se refere também ao caráter coletivo compartilhado com a audiência, que envolvem, por exemplo, moral, atitudes e identidade social. Este aspecto é

particularmente caro para quem estuda as relações entre populismo midiático e autoritarismos, uma vez que evidencia as operacionalizações de valores e símbolos populistas autoritários no cotidiano da produção midiática.

No caso italiano, a lógica populista da própria mídia tem sido apontada por Mazzoleni (2008; 2014) como um fator relevante para o surgimento e permanência de lideranças como Silvio Berlusconi, ainda nos anos 1990, e de Beppe Grillo, criador do Movimento 5 Stelle, no início dos anos 2000. Em anos recentes, Matteo Salvini surgiu como liderança efetiva da então Lega Nord, que passou a se chamar apenas Lega a partir de 2018 (e depois Lega Salvini Premier), em uma ação potente para se tornar um partido nacional, com estratégias de comunicação populistas que mesclavam personalização extrema, conteúdos autoritários, especialmente em relação a imigrantes, e uso de recursos de campanha permanente, com hiper-exposição do líder na mídia *mainstream* em combinação com estratégias de engajamento de fãs nas mídias sociais digitais. O partido então obteve um boom eleitoral,

conquistando um patamar de, ao menos, 30% do eleitorado em várias eleições e seus governadores mantêm o domínio regional na Lombardia e o Vêneto.

O exemplo italiano ilustra a simbiose entre comunicação populista, crescimento do populismo de direita e valores autoritários. Como apontam Manucci (2019) e Biorcio (2015), o populismo na Itália não se resume a lideranças políticas da Lega. A retórica populista tem sido também utilizada por líderes do Movimento 5 Stelle, como Luigi di Maio e Beppe Grillo e até mesmo por políticos considerados não populistas e que não fazem parte do espectro de direita, como Matteo Renzi (Mazzoleni & Bracciale, 2018).

No entanto, é importante ressaltar que a Lega se enquadra nas principais características do populismo de direita no país ao seguir uma agenda de deslegitimação dos partidos, mobilização permanente das hostilidades contra os imigrantes (especialmente norte-africanos) e resistências contra a União Europeia (Biorcio, 2015, p. 26). Além disso, são visíveis ao público episódios de aproximação com grupos de extrema-direita, como o

movimento neofascista Casa Pound Itália e de silenciamento em situações de crítica à herança histórica do fascismo e a casos de racismo⁸. Ademais, outros partidos de direita na Itália também se articulam sobre os temas preferenciais da direita italiana na mídia tradicional e nas mídias sociais, e atuam em alinhamento com a Lega, como o Fratelli d'Italia, sob a liderança de Georgia Meloni, e o Forza Itália, de Silvio Berlusconi.

Já no caso brasileiro, a mídia tradicional também é apontada como um dos atores-chave para normalização dos posicionamentos autoritários de Bolsonaro, inclusive nas eleições de 2018. Araújo e Prior (2020), por exemplo, mostram que os principais jornais brasileiros O Globo, Folha de S. Paulo e O Estado de S. Paulo, mesmo reconhecendo as ameaças à ordem democrática advindas do candidato

em seus editoriais, contribuíram ativamente para a naturalização de seu ideário autoritário junto ao público⁹.

Além do papel fundamental da mídia tradicional no contexto de crescimento do populismo, é particularmente relevante o papel das mídias sociais digitais na recente onda de circulação e avanço de discursos populistas no cenário político transnacional (Mazzoleni, 2003; Mazzoleni, 2008; Gerbaudo & Screti, 2017). Gerbaudo & Screti (2017), por exemplo, apontam que existe uma afinidade eletiva entre as mídias sociais e o populismo, uma vez que as mídias sociais se transformaram na plataforma ideal para os apelos populistas *antistabishment* junto à população.

Maldonado (2017) mostra que a digitalização da esfera pública possibilitou que atores políticos populistas se dirigissem a seus públicos diretamente, independentemente da mídia

8 Ficou célebre na Itália em 2019 a abstenção dos partidos de direita na votação de criação da comissão anti-racismo no Senado. A proposta foi liderada pela Senadora Liliana Segre, sobrevivente do holocausto e alvo de mensagens de ódio antisemitas. Segre, que recebeu ameaças de morte e anda com escolta policial, conseguiu a aprovação da Comissão mesmo sem os votos dos representantes dos partidos de direita.

9 A posição da Folha de S. Paulo foi alvo de crítica do público e da própria ombudsman do jornal, Paula Cesarino Costa, por não utilizar o termo extrema-direita ao se referir a Bolsonaro. Recuperado em 31 de mai., 2020, de <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/paula-cesarino-costa-ombudsman/2018/10/o-que-e-ser-de-extrema-direita.shtml?origin=uol>.

tradicional, mobilizando emoções compartilhadas coletivamente e direcionadas a adversários ou inimigos em uma forma de persuasão afetiva no contexto contemporâneo de “sentimentalização” das democracias.

Em análise do caso italiano, por exemplo, Biorcio (2003) mostra como a Lega conquistou espaço na mídia tradicional fornecendo interpretações críticas ao sistema político. Em outra pesquisa, Bobba (2017) analisa a comunicação política da Lega e seu líder Matteo Salvini no Facebook. O autor mostra que a presença de elementos populistas, como mensagens emocionais em postagens na rede social, aumentou o número de curtidas.

O líder da Lega é o político mais seguido na Europa no *Facebook*, e o político italiano mais ativo nas mídias sociais. O crescimento de sua popularidade pode ser observado com dados sobre seus seguidores no *Facebook*. De cerca de 59 mil seguidores em 2014, Salvini chegou a quase 4 milhões (3.802.291) em 2019 e ultrapassou essa marca em 2020, chegando a 4.656.245 seguidores em agosto. Os únicos políticos que disputam popularidade nas redes com

Salvini são Georgia Meloni, também de direita, e os líderes do Movimento 5 Stelle, com forte discurso *antistablishment* (Carone & Cavallaro, 2019; Gabanelli & Ravizza, 2019).

Salvini dispõe de uma equipe de profissionais que trabalham diariamente na definição de estratégias de comunicação digital, em articulação direta com ações de hiper-visibilidade e campanha permanente nos principais programas de televisão do país e em eventos partidários organizados como *shows* de celebridades pop. Além disso, os posts publicados pelo líder italiano seguem os resultados de monitoramento de pesquisas de opinião e de uso de softwares de identificação da agenda de temas diários (Gabanelli & Ravizza, 2019; Carone & Cavallaro, 2019)¹⁰.

E do ponto de vista de conteúdo, sobre o que fala Salvini? De acordo com o levantamento de Carone e Cavallaro (2019), os principais temas da agenda salviniana constituem o

coração da agenda populista de direita europeia: Itália (conhecido nas redes pela *hashtag* *#primagliitaliani*; que pode ser traduzido por em primeiro lugar os italianos), imigração e segurança (identificados pelo uso de *hashtags* como *#portichiusi*; ou portos fechados, em Português), que são mesclados com publicações mais “*soft*” sobre política pop (hábitos, comida, esporte, dias festivos tradicionais, etc). Os três temas principais, no entanto, apresentam oportunidade de mobilização da opinião pública do país e movimentam boa parte das discussões nas mídias sociais. Para os autores, o sucesso dos posts do líder populista italiano está na capacidade de “gerar raiva”. Historicamente, como se sabe, a raiva é um potente motor de transformação social e pode se constituir em elemento fundamental na construção de práticas autoritárias.

Considerações finais

Ao final do percurso bibliográfico descrito neste artigo, vale se perguntar como as práticas e estratégias de comunicação populista nas

10 Ao contrário de Bolsonaro, no entanto, o uso massivo de desinformação, especialmente *fake-news*, não é o elemento mais visível das estratégias de comunicação digital de Salvini.

democracias liberais, consolidadas ou em crise, tem possibilitado a ação sistemática de atores políticos populistas de direita que defendem valores iliberais na cena pública.

Como alertam Norris e Inglehart (2019), quando a retórica populista é amalgamada com valores autoritários, essa combinação pode gerar combustível ainda maior para a deslegitimação das instituições democráticas, e abrir a porta para lideranças autoritárias, governos iliberais e intolerância social.

Boa parte da bibliografia sobre populismos de direita centrada na perspectiva de uma ideologia restrita mostra o uso de elementos autoritários flutuantes, especialmente a polarização nós versus eles como potente instrumento para a criação e manutenção de inimigos e ameaças. Para Norris & Inglehart (2019), esses elementos autoritários podem se tornar tão determinantes para a prática populista que caracterizariam um populismo autoritário.

Já os autores que se dedicam a compreender o fenômeno do populismo por meio de abordagens centradas na comunicação possibilitam

compreender os múltiplos atores e modos de operação da retórica e estilo populistas que se conjugam para a amplificação de valores e conteúdos autoritários. A combinação entre o populismo midiático da mídia *mainstream* e o *modus operandi* das plataformas digitais, que facilitam a desintermediação e a personalização digital da política como recursos acessíveis a lideranças populistas formam um poderoso arsenal técnico-político para a continuidade de projetos de poder de líderes de direita como Bolsonaro e Salvini fundamentados na defesa da exclusão de direitos de grupos sociais.

Se, como postula Mudde (2019), nenhum país está imune à política da *far-right* e este é um momento histórico em que a direita radical e a extrema direita emergiram como atores relevantes da cena pública em muitos países, mais do que nunca é necessária uma agenda de pesquisa que contemple as especificidades da relação entre populismos de direita recentes, autoritarismos e a comunicação populista a fim de se compreender o fenômeno a partir de suas novas configurações.

Referências bibliográficas

- Aalberg, T., & de Vreese, C. H. (2017). Introduction: comprehending populist political communication. In T. Aalberg, F. Esser, C. Reinemann, J. Strömbäck & C. H. de Vreese (eds.), *Populist political communication in Europe* (pp. 3–11). London: Routledge.
- Araújo, B., & Prior, H. (january, 2020). Framing political populism: the role of the media in framing the election of Jair Bolsonaro. *Journalism Practice*. <https://doi.org/10.1080/17512786.2019.1709881>
- Alves, M. (2016). Campanha não-oficial: a rede antipetista na eleição de 2014. *Fronteira: estudos midiáticos*, 19(1), pp. 102-119. <https://doi.org/10.4013/fem.2017.191.10>
- Betz, H. G., & Johnson, C. (2006). Against the current-stemming the tide: the nostalgic ideology of the contemporary radical populist right. *Journal of Political Ideologies*, 9(3), 311-327. <https://doi.org/10.1080/1356931042000263546>
- Biorcio, R. (2003). The Lega Nord and the Italian Media System. In G. Mazzoleni J. Stewart e B. Horsfield. (eds.), *The media and neo-populism: a*

- contemporary comparative analysis*. Westsport: Praeger Publishers.
- Biorcio, R. (2015). *Il Populismo nella politica italiana: da Bossi a Berlusconi, da Grillo a Renzi*. Mimesis: Milano.
- Bobba, G. (2017). Social media populism: features and 'likeability' of Lega Nord communication on Facebook. *Eur Polit Sci*, 18, 11-23. <https://doi.org/10.1057/s41304-017-0141-8>.
- Canovan, M. (1999). Trust the people! Populism and the two faces of democracy. *Political Studies*, 47(1), 2-16. <https://doi.org/10.1111%2F1467-9248.00184>
- Carone, M., & Cavallaro, M. (2019). Salvini social. In G. Diamanti & L. Pregliasco (eds.), *Fenomeno Salvini: chi è, come comunica e perché lo votano* (pp. 45-87). Roma: Lit Edizione.
- Chagas-Bastos, F. (2019). Political realignment in Brazil: Jair Bolsonaro and the right turn. *Revista de Estudos Sociais*, 69, 92-100. <https://doi.org/10.7440/res69.2019.08>
- de la Torre, C. (2017). Trump's populism: lessons from Latin America. *Post-colonial Studies*, 20(2), 187-198. <https://doi.org/10.1080/13688790.2017.1363846>
- Dietze, G., & Roth, J. (2020). Right-wing populism and gender: a preliminary cartography of an emergent field of research. In G. Dietze & J. Roth, (eds.), *Right-wing populism and gender: European perspectives and beyond* (pp. 7-22). Transcript Verlag. <https://doi.org/10.14361/9783839449806>
- Engesser, S., Ernst, N., Esser, F., & Buchel, F. (2017). Populism and social media: how politicians spread a fragmented ideology. *Information, Communication and Society*, 20(8), 1109-1126. <http://dx.doi.org/10.1080/1369118X.2016.1207697>
- Engesser, S., Fawzi, N., & Larsson, A. O. (2017) Populist online communication: introduction to the special issue. *Information, Communication & Society*, 20(9), 1279-1292. <http://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1328525>
- Gabanelli, M., & Ravizza, S. (20 de outubro de 2019). Matteo Salvini e «La Bestia»: come catturare 4 milioni di fan sui social. *Corriere della Sera*. Recuperado em 25 de out., 2019, de <https://www.corriere.it/dataroom-milena-gabanelli/matteo-salvini-la-bestia-come-catturare-4-milioni-fan-social-face-book-twitter-instagram/a00069d2-f33f-11e9-ad64-4488d500d2a2-va.shtml>
- Galston, W. (2018). *Anti-pluralism: the populist threat to liberal democracy*. Yale: Yale University Press.
- Gandesha, S. (2018). Understanding right and left populism. In J. Morelock (eds.), *Critical theory and authoritarian populism* (pp. 49-70). London: University of Westminster Press.
- Gattinara, P.C., & Froio, C. (abril, 2017). Comunicazione del terzo millennio? La politica mediatizzata di Casa Pound. *Comunicazione Politica*, 1. Consultado a 1 de abril de 2017, em <http://hdl.handle.net/11384/64773>
- Gerbaudo, P., & Screti, F. (2017). Reclaiming popular sovereignty: The vision of the state in the discourse of Podemos and the Movimento 5 Stelle. *Javnost - The Public*, 24, 320-335. <https://doi.org/10.1080/13183222.2017.1330089>
- Jagers, J., & Walgrave, S. (2007). Populism as political communication style: An empirical study

- of political parties' discourse in Belgium. *European Journal of Political Research*, 46(3), 319–345. <https://doi.org/10.1111/j.1475-6765.2006.00690.x>
- Krämer, B. (2014). Media populism: A conceptual clarification and some theses on its effects. *Communication Theory*, 24(1), 42–60. <https://doi.org/10.1111/comt.12029>
- Laclau, E. (1980). *Política e ideología en la teoría Marxista: Capitalismo, fascismo, populismo*. Londres: Verso.
- Laclau, E. (2005). *On populist reason*. Londres: Verso.
- Manucci, L. (2019). Populism in Italy. *Cicero Foundation Great Debate*. Consultado a 19 de maio de 2020, em https://www.cicerofoundation.org/wp-content/uploads/Luca_Manucci_Populism_in_Italy.pdf
- Maldonado, M. (20-22 de setembro de 2017). Rethinking populism in the Digital Age: social networks, political affects and post-truth. *XIII Congreso AECPA*, Santiago de Compostela. Consultado a 21 de novembro de 2020, em <https://riuma.uma.es/xmlui/handle/10630/14500>
- Mazzoleni, G. (2003). The media and the growth of neo-populism in contemporary democracies. In G. Mazzoleni, B. Horsfield, & J. Stewart, *The media and neo-populism: a contemporary comparative analysis*. Westport: Praeger Publishers.
- Mazzoleni, G. (2014). Mediatization and Political Populism. In F. Esser & J. Strömbäck (eds.), *Mediatization of politics understanding the transformation of western democracies* (pp. 51-70). New York: Palgrave Macmillan.
- Mazzoleni, G., & Bracciale, R. (2018). Socially mediated populism: the communicative strategies of political leaders on Facebook. *Palgrave Communications*, 4(50), 1-10. <https://doi.org/10.1057/s41599-018-0104-x>.
- Messenberg, D. (2017). A direita que saiu do armário: a cosmovisão dos formadores de opinião dos manifestantes de direita brasileiros. *Sociedade e Estado*, 32(3), 621-647. <http://dx.doi.org/10.1590/s0102-69922017.3203004>
- Mitozo, I., Costa, G. da, & Rodrigues, C. (2020). Como os *media* incorporam declarações de atores políticos nas redes? Uma análise do enquadramento dos tweets de Jair Bolsonaro pelo jornalismo impresso brasileiro. *Brazilian Journalism Research*, 16 (1), 156-183. <http://dx.doi.org/10.25200/BJR.v16n1.2020.1256>
- Mouffe, C. (2020). *Por um populismo de esquerda*. São Paulo: Editora Autonomia Literária.
- Mounk, Y. (2018). *O povo contra a democracia: por que nossa liberdade corre perigo e como salvá-la*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Mudde, C. (2019). *The far right today*. Cambridge, Polity Press.
- Mudde, C. (2007). *Populist radical right parties in Europe*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Mudde, C., & Kaltwasser, C. R. (2017). *Populism: a very short introduction*. Nova York, Oxford University Press.
- Mudde, C., & Kaltwasser, C. R. (2012). *Populism in Europe and in the Americas: threat or corrective for democracy?* Cambridge: Cambridge University Press.
- Norris, P., & Inglehart, R. (2019). *Cultural backlash: Trump, Brexit and Authoritarian Populism*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Puzone, V., & Miguel, L. F. (2019). A brief afterword: Brazilian left faces the

- rise of neofascism. *The Brazilian left in the 21st Century: Conflict and conciliation in peripheral capitalism*, (pp. 285-296). Cham: Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-03288-3>
- Przeworski, A. (2019). *Crises of democracy*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Salgado, S. (2019). Where's populism? Online media and the diffusion of populist discourses and styles in Portugal. *Eur Polit Sci*, 18(1), 53–65. <https://doi.org/10.1057/s41304-017-0137-4>
- Santos, F., & Guarnieri, F. (2016). From protest to parliamentary coup: an overview of Brazil's recent history. *Journal of Latin American Cultural Studies*, 25(4), 485–494. <https://doi.org/10.1080/13569325.2016.1230940>
- Schedler, A. (1997). *The end of politics? Exploration into modern antipolitics*. London: MacMillan.
- Tatagiba, L. (2014). 1984, 1992 e 2013. Sobre ciclos de protestos e democracia no Brasil. *Revista Política e Sociedade*, 13(28), 35-62. <https://doi.org/10.5007/2175-7984.2014v13n28p35>
- Tatagiba, L. (2017). Os protestos e a crise brasileira. Um inventário. Revista inicial das direitas em movimento (2011-2016). *Sinais Sociais*, 11(33), 71-98. Consultado a 5 de maio de 2020, em https://www.sesc.com.br/wps/wcm/connect/3daaa858-e528-4f0b-b12a-e115803bf073/SinaisSociais_SS33_WEB_14_09_17.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=3daaa858-e528-4f0b-b12a-e115803bf073
- Vreese, C., Esser, F., Aalberg, T., Reinemann, C., E Stanyer, J. (2018). Populism as an expression of political communication content and style: a New Perspective. *The International Journal of Press/Politics*, 23(4), 423–438. <http://doi.org/10.1177/1940161218790035>
- Waisbord, S. (2013). Populismo e mídia: o neopopulismo na América Latina. *Revista Contracampo*, 28(3), 26-52. <https://doi.org/10.22409/contracampo.v0i28.617>
- Weyland, K. (2001). Clarifying a contested concept: populism in the study of Latin America. *Comparative Politics*, 34(1), 1-22. <https://doi.org/10.2307/422412>

