



Yago Cury Silveira

Mídia e populismo na América Latina:
as campanhas presidenciais de Jair Bolsonaro e
Andrés Manuel López Obrador no Twitter

Dissertação de Mestrado

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Comunicação Social.

Orientador: Prof. Arthur Cezar de Araujo Ituassu Filho

Rio de Janeiro
Setembro de 2021



Yago Cury Silveira

Mídia e populismo na América Latina:
as campanhas presidenciais de Jair Bolsonaro e
Andrés Manuel López Obrador no Twitter

Dissertação apresentada como requisito parcial
para obtenção do grau Mestre pelo Programa de
Pós-Graduação em Comunicação do Departamento
de Comunicação Social do Centro de Ciências
Sociais da PUC-Rio. Aprovada pela Comissão
Examinadora abaixo:

Prof. Arthur Cezar de Araujo Ituassu Filho

Orientador

Departamento de Comunicação Social – PUC-Rio

Prof. Luiz Francisco Ferreira Leo

Departamento de Comunicação Social – PUC-Rio

Prof. Camilo de Oliveira Aggio

Universidade Federal de Minas Gerais - UFMG

Rio de Janeiro, 23 de setembro de 2021

Todos os direitos reservados. A reprodução, total ou parcial, do trabalho é proibida sem autorização do autor, do orientador e da universidade.

Yago Cury Silveira

Graduado em Comunicação Social, com habilitação em Publicidade e Propaganda, pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio), em 2017. Integrante do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Política e Internet da PUC-Rio (COMP) e do Laboratório de Mídias Sociais e Opinião Pública (ePOCS) da mesma instituição.

Ficha Catalográfica

Silveira, Yago Cury

Mídia e populismo na América Latina : as campanhas presidenciais de Jair Bolsonaro e Andrés Manuel López Obrador no Twitter / Yago Cury Silveira ; orientador: Arthur Cezar de Araujo Ituassu Filho. – 2021.

85 f. : il. color. ; 30 cm

Dissertação (mestrado)–Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Comunicação Social, 2021.

Inclui bibliografia

1. Comunicação Social - Teses. 2. Populismo. 3. Mídias sociais. 4. Comunicação política. 5. América Latina. I. Ituassu Filho, Arthur Cezar de Araujo. II. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Comunicação Social. III. Título.

CDD: 302.23

Agradecimentos

Ao Professor Arthur Ituassu, meu orientador, sem o qual este trabalho simplesmente não existiria. Obrigado pelo exemplo de dedicação, pela paciência, pela generosidade e por todos os aprendizados que agora carrego comigo.

Aos colegas do COMP, pela colaboração com o desenvolvimento desta pesquisa e pelas discussões sempre afiadas, mesmo diante dos desafios de uma pandemia. Obrigado por terem me acolhido desde o início desta jornada. Leticia Capone, Vivian Mannheimer e Leonardo Firmino, obrigado pelo apoio na etapa empírica deste trabalho. A ajuda de vocês foi fundamental. Professor Luiz Leo, obrigado pela oportunidade de parceria. Foi uma honra.

À CAPES¹ e à PUC, pelo apoio que tornou possível realizar esta pesquisa. Muito obrigado.

À família, que nem na pior das tempestades me deixou recuar. O meu amor por vocês não cabe na página. Obrigado por tudo.

¹ O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

Resumo

Silveira, Yago Cury; Ituassu Filho, Arthur Cezar de Araujo. **Mídia e populismo na América Latina: as campanhas presidenciais de Jair Bolsonaro e Andrés Manuel López Obrador no Twitter**. Rio de Janeiro, 2021. 85p. Dissertação de Mestrado – Departamento de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Este projeto se insere no campo da Comunicação Política e tem como objetivo realizar uma análise comparada das mensagens veiculadas no Twitter por Jair Bolsonaro e Andrés Manuel López Obrador durante as últimas eleições presidenciais do Brasil e do México. Espera-se, assim, contribuir com os estudos do populismo na América Latina e com a discussão sobre como atores políticos populistas fazem campanhas eleitorais no contexto das regiões estudadas, se atentando, em especial, aos usos dados às oportunidades comunicacionais oferecidas pelos ambientes digitais. Primeiro, será apresentada uma contextualização teórica sobre o populismo, passando pela definição do conceito, pelo desenvolvimento histórico do populismo latino-americano e pela compreensão do populismo enquanto fenômeno comunicacional. Na sequência, o método de análise qualitativa de conteúdo informado pela teoria dos enquadramentos e utilizado neste trabalho será apresentado. Por fim, os resultados encontrados serão discutidos a partir de seus contextos e da teoria do populismo.

Palavras-Chave

Populismo; mídias sociais; comunicação política; América Latina.

Abstract

Silveira, Yago Cury; Ituassu Filho, Arthur Cezar de Araujo (Advisor). **Media and populism in Latin America: the presidential campaigns of Jair Bolsonaro and Andrés Manuel López Obrador on Twitter**. Rio de Janeiro, 2021. 85p. Dissertação de Mestrado – Departamento de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

This project belongs to the field of Political Communication and aims to do an comparative analysis of the messages posted on Twitter by Jair Bolsonaro and Andrés Manuel López Obrador during the last presidential elections in Brazil and Mexico. It is expected, therefore, to contribute to the studies of populism in Latin America and to the discussion on how populist political actors carry out electoral campaigns in the context of the studied regions, paying special attention to the uses given to the communication opportunities offered by digital environments. First, a theoretical contextualization of populism will be presented, passing through the definition of the concept, the historical development of Latin American populism and the understanding of populism as a communicational phenomenon. Next, the qualitative content analysis method informed by the framework theory and used in this work will be presented. Finally, the results found will be discussed through their contexts and the theory of populism.

Keywords

Populism; social media; political communication; Latin America.

Sumário

Introdução	9
1. Populismo, América Latina e comunicação	19
1.1. O conceito de populismo	19
1.2. Populismo e América Latina	30
1.3. Populismo e Comunicação	44
2. Metodologia, resultados e discussão	60
2.1. Metodologia	60
2.2. Categorias de Análise	62
2.3. Resultados	69
2.4. Discussão dos resultados	77
3. Conclusão	80
4. Referências bibliográficas	83

Lista de tabelas

Tabela 1: Metodologia de análise do enquadramento populista de
ação coletiva69

Introdução

A presente dissertação de mestrado pertence ao campo da Comunicação Política e tem como objetivo realizar um estudo comparado das campanhas presidenciais de Jair Bolsonaro e Andrés Manuel López Obrador no Twitter. Com o propósito de contribuir para a discussão sobre como atores populistas fazem campanhas eleitorais nos contextos estudados, mensagens publicadas no Twitter pelos presidentes durante as últimas disputas presidenciais do Brasil e do México foram coletadas, tomadas como objeto de uma análise qualitativa de conteúdo e comparadas. O histórico da região registra três momentos do populismo latino-americano, referidos como populismo clássico, populismo neoliberal e populismo radical (BURBANO DE LARA, 2019; DE LA TORRE, 2017). Enquanto Getúlio Vargas (BURBANO DE LARA, 2019; DI TELLA, 1965) e Fernando Collor de Melo (BURBANO DE LARA, 2019; WEYLAND, 1996) no Brasil, e Lázaro Cardenas (BURBANO DE LARA, 2019; DI TELLA, 1965), no México, são considerados casos históricos de atores políticos populistas da América Latina, a presente pesquisa entende que Jair Bolsonaro (MENDONÇA e CAETANO, 2021; AGGIO e CASTRO, 2020) e Andrés Manuel López Obrador (OLVERA, 2020; MARINI, 2018) podem ser considerados casos contemporâneos.

Os resultados encontrados pela análise apontam que (1) tanto Bolsonaro quanto Obrador destacaram como problemas a corrupção, a difusão de informações falsas por atores políticos e midiáticos, e supostos planos de sabotagem - incluindo, no caso de Bolsonaro, o atentado de Adélio Bispo em Minas Gerais. Foi possível perceber, contudo, diferenças na forma como os candidatos atribuíram responsabilidade pelos problemas relatados. Bolsonaro se referiu nominalmente aos seus opositores. Obrador foi sugestivo e empregou, com frequência, o termo "máfia do poder" para se dirigir a seus adversários. (2) Em termos de propostas, Bolsonaro endereçou um escopo mais amplo de pautas do que Obrador, abordando temas como a segurança pública, a economia e a legalização do aborto. Uma vez inseridos no contexto específico da disputa eleitoral, contudo, ambos enquadraram as próprias candidaturas como soluções generalizadas para os desafios enfrentados por Brasil e México. (3) Se tratando da identificação de aliados e opositores, Bolsonaro definiu seus aliados a partir dos termos "pátria", "povo" e "brasileiros de bem"; e seus adversários através dos termos "corruptos", "o partido dos maiores escândalos

de corrupção da história", "inimigos da liberdade e da Constituição", "um corrupto preso" e "quadrilha." Obrador, por sua vez, empregou os termos "povo", "católicos, evangélicos e livre pensadores" e "todos os mexicanos" para definir seus aliados enquanto se referiu aos seus adversários, novamente, utilizando o termo "máfia do poder."

O argumento de que o populismo pode ser investigado como fenômeno comunicacional é um dos pontos de partida da presente dissertação (REINEMANN et. al, 2017; REINEMANN et. al, 2019; DE VREESE et. al 2018; WAISBORD, 2019). De acordo com Reinemann e colegas (2019), apesar da discussão aquecida em relação à própria definição do conceito de populismo, a análise do fenômeno pela perspectiva da comunicação tem se mostrado capaz de oferecer contribuições particulares, sobretudo no contexto de ambientes midiáticos de alta dinamicidade e do aumento da variedade de fontes de informação.

Segundo os autores, a receptividade dos cidadãos à política populista parece ser estimulada por sentimentos de ansiedade, de privação e de injustiça social em relação a situações de crise e de mudanças sociais (REINEMANN et. al, 2019). Neste sentido, Reinemann e colegas (2019) especificam fatores frequentemente associados ao sucesso de atores populistas: pelo ponto de vista da economia, a capacidade de períodos de recessão econômica se desdobrarem em forma de insegurança e de dificuldades financeiras entre cidadãos; pelo ponto de vista da cultura, a possibilidade da diversidade social gerada por processos migratórios e pela emancipação de grupos antes marginalizados ser compreendida como ameaça por parcelas da população (REINEMANN et. al, 2019).

De acordo com Reinemann e colegas (2019), contudo, é importante considerar que o contexto mais amplo da cultura e da economia não é percebido pelos cidadãos diretamente e pode ser interpretado de formas diferentes entre um mesmo grupo (REINEMANN et. al, 2019). Segundo os autores, as percepções sobre os contextos são afetadas significativamente pelas mensagens difundidas por atores políticos e midiáticos (REINEMANN et. al, 2019). Pontos de vista divergentes resultam do contato com ambientes informacionais diferentes e de preferências diante da variedade de veículos de comunicação disponíveis (REINEMANN et. al, 2019). Para Reinemann e colegas (2019), uma vez que os

meios de comunicação fazem a ponte entre o contexto e as percepções da sociedade, considerá-los nas discussões sobre populismo se torna necessário (REINEMANN et. al, 2019).

Para além do eixo da recepção de mensagens, o argumento de Reinemann e colegas (2019) também se mostra consistente se avaliado pelo eixo da produção. Segundo os autores, a existência de atores populistas, por si só, é insuficiente para explicar seu sucesso (REINEMANN et. al, 2019). Se fatores econômicos e culturais desempenham um papel importante na recepção da população às propostas do populismo, atores populistas precisam tirar proveito do contexto para extraírem ganhos políticos (REINEMANN et. al, 2019). Não basta ser populista, mas, para Reinemann e colegas (2019), é necessário incluir elementos populistas na produção de mensagens, elaborar estratégias para alcançar diferentes audiências e assim difundir a perspectiva populista da realidade através de veículos tradicionais, como jornais e noticiários, ou de mídias sociais.

De acordo com Paolo Gerbaudo (2018), o uso estratégico e bem sucedido de plataformas de mídia social por atores e movimentos populistas contemporâneos sugere a existência de uma "afinidade eletiva" (GERBAUDO, 2018, p. 746) entre mídias sociais e populismo. Segundo o autor, o debate sobre a contribuição efetiva das mídias digitais para o sucesso de atores populistas em disputas eleitorais ainda está em aberto, portanto considerar a afinidade apontada por Gerbaudo (2018) não significa assumir que as mídias sociais são a causa do populismo na contemporaneidade. O autor se refere à possibilidade das mídias sociais favorecerem atores populistas por oferecem canais adequados para que mobilizem apoiadores e ataquem adversários políticos. (GERBAUDO, 2018).

Também para Silvio Waisbord (2019), não há dados empíricos suficientes para determinar quão estreita é a relação entre populismo e mídias sociais, mas características específicas destes ambientes de comunicação parecem ser propícias para a difusão de perspectivas populistas. Para o autor, em comparação com veículos como jornais e noticiários, as mídias sociais são mais receptivas às controvérsias do populismo na medida em que oferecem oportunidades de comunicação não limitadas pelas normas do jornalismo e podem servir como meios

alternativos para a difusão de mensagens cujas formas não se enquadram nas convenções tradicionais do debate político (WAISBORD, 2019).

O argumento de que a realização de estudos comparados pode oferecer contribuições para a análise das diferentes expressões do populismo em diferentes contextos é outro ponto de partida deste trabalho. De acordo com os Reinemann e colegas (2019), apesar do fenômeno parecer global, existem variações consideráveis quanto à forma, visibilidade e o sucesso do populismo em regiões distintas (REINEMANN et. al, 2019). Países diferentes podem não oferecer as mesmas oportunidades de difusão de mensagens por terem sido afetados de formas diferentes por eventos econômicos e culturais (REINEMANN et. al, 2019). Ao mesmo tempo, as populações de regiões diferentes podem ser mais ou menos receptivas aos apelos populistas dependendo da cultura política e do nível de confiança nas instituições (REINEMANN et. al, 2019). Segundo Reinemann e colegas (2019), estes fatores afetam como atores políticos e midiáticos constroem e reagem às mensagens populistas e, portanto, estudos comparados podem tornar visíveis diferenças e similaridades entre casos.

Como apontam estudos do populismo na Europa (RUZZA, 2019), na Ásia (MIETZNER, 2019), na África (CHEESEMAN, 2019) e nos Estados Unidos (SAVAGE, 2019), o fenômeno certamente não se restringe à América Latina. Para Albuquerque e Pinto (2014), a América Latina, a África e os países do antigo bloco soviético estariam sujeitos à configuração de uma geografia moral da comunicação política: através de atribuições essencialistas de conceitos como clientelismo e corrupção, um conjunto de sociedades seria marginalizado, considerado fundamentalmente problemático e disfuncional, enquanto, por comparação, outro conjunto seria legitimado. Neste sentido, este trabalho considera que generalizar a relação entre populismo e comunicação na América Latina é incorrer no erro apontado por Albuquerque e Pinto (2014). Conforme discutido por Carlos de la Torre (2017), contudo, o uso dos meios de comunicação de massa como forma de conexão entre líderes e apoiadores pôde ser observado em fases distintas do populismo na região. Assim, a presente pesquisa assume o populismo não como norma da comunicação política latino-americana e sim como característica da comunicação de atores políticos populistas, inclusive na América Latina.

De acordo com De Vreese e colegas (2018), as análises da comunicação populista geralmente se dividem em duas abordagens: há pesquisas que primeiro definem atores políticos como populistas e investigam fatores que expliquem sua influência, suas estratégias e estilos de comunicação; e há pesquisas que tomam as características-chave do populismo como princípio para depois observar até que ponto estes elementos são implementados por atores diferentes, sem uma classificação a priori de quem é populista ou não. (DE VREESE et. al, 2018) O presente trabalho entende se aproximar mais do primeiro modelo para, através da análise das campanhas no Twitter de dois atores previamente associados ao populismo pela literatura - Jair Bolsonaro (MENDONÇA e CAETANO, 2021; AGGIO e CASTRO) e Andrés Manuel Lopez Obrador (OLVERA, 2020; MARINI, 2018) -, contribuir com a discussão sobre atores populistas construíram suas campanhas eleitorais nos contextos do Brasil e do México.

De acordo com Lucio Rennó (2020), as eleições de 2018 no Brasil foram marcadas por uma série de fatores. Em primeiro lugar, mudanças significativa nas regras eleitorais foram implementadas às vésperas da eleição, com implicações sérias para a forma como as campanhas foram conduzidas, incluindo a proibição de doações pelo setor privado; a expansão do financiamento público; a redução do período de campanha de 90 para 45 dias; e o estabelecimento de tetos para gastos (RENNÓ, 2020). Segundo o autor, estas medidas surgiram no contexto da Operação Lava Jato - responsável pela condenação de empresários e atores políticos, incluindo o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva - e, neste cenário, foram justificadas publicamente como formas de combate à corrupção associada ao financiamento de campanhas (RENNÓ, 2020).

Conforme apontado por Rennó (2020), as crises políticas e econômicas enfrentadas pelo Brasil também desempenharam papéis importantes nas eleições de 2018. De acordo com o relato do autor, um período turbulento teve início com os protestos de 2013 e se desdobrou no impeachment de Dilma Rousseff em 2015, com o PT sofrendo derrotas significativas nas eleições municipais do ano seguinte (RENNÓ, 2020). Na frente econômica, o Brasil encarou uma dura crise que foi associada às políticas econômicas da administração de Dilma - baixo controle de gastos públicos, descuido com a inflação, distribuição de subsídios e isenções

fiscais - à queda nos preços das commodities no ambiente econômico internacional (RENNÓ, 2020). De acordo com o autor, os dois anos consecutivos de PIB negativo e aumento significativo do desemprego provavelmente resultaram da combinação destes fatores (RENNÓ, 2020).

O PT, contudo, não foi o único a lidar com desafios nas eleições brasileiras de 2018. Desdobramentos da Lava Jato, desde 2014, também alcançaram o MDB e o PSDB, com denúncias dirigidas à Michel Temer e Aécio Neves por recebimento de propinas da JBS, uma grande empresa do ramo alimentício brasileiro (RENNÓ, 2020). Depois de Temer ter assumido a presidência com o impeachment de Dilma, duas votações consecutivas foram feitas no Congresso em 2017 para afastá-lo do cargo durante as investigações, enfraquecendo sua administração e inviabilizando sua proposta de reforma da previdência (RENNÓ, 2020). Aécio Neves, que já havia governado Minas Gerais duas vezes e representado o estado como senador, por sua vez, foi eleito deputado federal por uma pequena margem em 2018 (RENNÓ, 2020). Desta forma, PT, PSDB e MDB - considerados os três partidos mais importantes da política brasileira desde 1994 - entraram no pleito de 2018 com suas imagens associadas à crise econômica e à corrupção (RENNÓ, 2020).

Mesmo preso, Lula liderou a corrida eleitoral até ser oficialmente declarado inelegível pelo Tribunal Superior Eleitoral, sendo substituído por Fernando Haddad, ex-ministro da educação, ex-prefeito de São Paulo e candidato à vice-presidência pelo PT (RENNÓ, 2020). Neste contexto, de acordo com Rennó (2020), Lula teve apenas um mês para transferir seu capital eleitoral para Haddad, até então desconhecido por grande parte do país. Com MDB e PSDB desacreditados e PT dependendo da troca de Lula por Haddad, segundo Rennó (2020), se criou uma brecha para candidatos menos estabelecidos no sistema político. Diante das mudanças das regras de campanha e do cenário de crise, para o autor, a campanha contínua por mais de quatro anos, o uso estratégico das mídias sociais e a captura de apoio através da indicação de Paulo Guedes como possível Ministro da Economia foram pontos decisivos para Jair Bolsonaro aumentar sua popularidade, ocupar a arena política e, assim, vencer as eleições (RENNÓ, 2020).

No caso do México, de acordo com Greene e Sánchez-Talanquer (2018), três descontentamentos pautaram as eleições de 2018: o desenvolvimento

econômico do país, a violência e a corrupção. Segundo os autores, a transição dupla do México para a democracia e para um modelo de desenvolvimento orientado ao livre mercado trouxe expectativas de prosperidade, mas, para muitos cidadãos, tais expectativas nunca foram alcançadas (GREENE e SÁNCHEZ-TALANQUER, 2018). Conforme descrito por Greene e Sánchez-Talanquer (2018), apesar de programas antipobreza terem ampliado o acesso a serviços importantes, houve pouco progresso e, ao mesmo tempo, as privatizações aumentaram a concentração de riqueza no país. Tanto o PRI quanto o PAN insistiram na capacidade de reformas estruturais resolverem os desafios mexicanos, mas foram incapazes de inspirarem confiança em suas propostas (GREENE e SÁNCHEZ-TALANQUER, 2018).

No que se refere à violência, Greene e Sánchez-Talanquer (2018) afirmam que quando Felipe Calderón (PAN) assumiu a presidência, em 2006, o número de homicídios caía desde 1940, mas o crescimento do tráfico de drogas acabou por dar origem à organizações criminosas violentas. O problema tentou ser resolvido através do uso das forças militares, mas a solução trouxe consequências ruins, com a Comissão Nacional de Direitos Humanos do México reportando aproximadamente 10 mil reclamações contra o exército entre 2006 e 2016, incluindo casos de desaparecimentos, execuções e tortura (GREENE e SÁNCHEZ-TALANQUER, 2018). De acordo com Greene e Sánchez-Talanquer (2018), os índices de violência variam ao longo do território, mas os crimes estão presentes nos noticiários todos os dias e confiança na capacidade do Estado de oferecer segurança básica foi abalada.

Abordando o tema da corrupção, segundo Greene e Sánchez-Talanquer (2018), além de pequenos burocratas e oficiais de polícia terem suas reputações associadas a práticas de suborno, uma série de escândalos envolvendo titulares eleitos e funcionários de alto escalão alimentaram percepções sobre a constância do tráfico de influência e dos conflitos de interesse. Conforme relatado pelos autores, há regiões no México onde organizações criminosas confrontam agentes públicos com a escolha entre "plata o plomo" - suborno ou bala - coagindo detentores de cargos políticos a se corromperem (GREENE e SÁNCHEZ-TALANQUER, 2018). Mesmo o Caso Ayotzinapa - episódio não solucionado no qual 43 estudantes desaparecem no estado de Guerrero em 2014 -, segundo os autores, é

frequentemente vinculado a ligações escusas entre polícia, políticos e carteis de drogas (GREENE e SÁNCHEZ-TALANQUER, 2018).

Neste contexto, de acordo com Greene e Sánchez-Talanquer (2018), PRI e PAN, os dois partidos que ocuparam a presidência desde a democratização do México, falharam em encontrar candidatos que representassem um novo começo aos olhos dos eleitores sem filiações partidárias e que, ao mesmo tempo, fossem aceitos pelos eleitores leais aos partidos. Com a baixa aprovação do presidente Enrique Peña Nieto e a atmosfera de corrupção ao redor de sua administração, o PRI buscou um candidato sem precedentes de escândalos e chegou ao nome de José Antonio Meade (GREENE e SÁNCHEZ-TALANQUER, 2018). Tentando se distanciar da situação de descrédito do partido, Meade evitou construir laços com governadores do PRI e, segundo Greene e Sánchez-Talanquer (2018), desta forma abriu mão de sua principal vantagem: o fato do PRI se tratar de uma organização partidária de proporções nacionais, capaz de mobilizar propagandistas e apoiadores por todo o território mexicano. Para Greene e Sánchez-Talanquer (2020), o PAN também não foi bem-sucedido em apresentar a candidatura de Ricardo Anaya como alternativa. Segundo os autores, Anaya se distanciou das políticas de segurança do presidente Felipe Calderón e buscou conquistar eleitores independentes através da aliança entre PAN e PRD. De acordo com Greene e Sánchez-Talanquer (2020), contudo, ao invés de fortalecer, a coalizão dividiu o eleitorado e enfraqueceu a candidatura, enquanto acusações de lavagem de dinheiro feitas pelo PRI fizeram Anaya parecer justamente parte do status quo do qual tentava distanciar sua imagem.

Com as experiências anteriores do PRI e do PAN na presidência associadas à performance econômica desapontadora, ao aumento da violência e à corrupção, Andrés Manuel Lopez Obrador pertencia ao único bloco partidário não prejudicado pela bagagem das administrações anteriores (GREENE e SÁNCHEZ-TALANQUER, 2018). Apesar de já ter concorrido duas vezes a presidência, a saída de Obrador do PRD, partido que havia apoiado parte do pacote de reformas estruturais proposto por Peña Nieto em 2012, validou suas credenciais políticas neste contexto de descontentamentos (GREENE e SÁNCHEZ-TALANQUER, 2018). Segundo Greene e Sánchez-Talanquer (2020), Obrador venceu as eleições

conquistando eleitores sem filiação partidária que não eram apenas centristas, mas que também rejeitavam o que entendiam ser o status quo do cenário político mexicano (GREENE e SÁNCHEZ-TALANQUER, 2018).

Tendo em vista estes contextos, a presente dissertação de mestrado tem como objetivo realizar um estudo comparado das campanhas presidenciais de Jair Bolsonaro e Andrés Manuel López no Twitter, com o propósito de contribuir para a discussão sobre como atores populistas constroem suas campanhas eleitorais no Brasil e no México. Para cumprir esta tarefa, mensagens publicadas no Twitter pelos presidentes durante as disputas presidenciais de 2018 foram tomadas como objeto de uma análise qualitativa de conteúdo. O primeiro capítulo deste trabalho atende ao objetivo de abordar, pela perspectiva teórica, o conceito de populismo, o histórico do fenômeno na América Latina e sua expressão na comunicação política. Na primeira seção, será discutido como o populismo pode ser definido como ideologia (MUDDE, 2004; MUDDE, 2017), discurso (LACLAU, 1971; LACLAU, 2005; HAWKINS, 2010) e enquadramento (ASLANIDIS, 2016), bem como as noções de povo e elite (MUDDE, 2004; MUDDE, 2017; HAWKINS, 2010; ASLANIDIS, 2016). Na sequência, precedentes do populismo na América Latina serão abordados a partir de sua divisão em três períodos (BURBANO DE LARA, 2019), incluindo o populismo clássico (BURBANO DE LARA, 2019; DI TELLA, 1965), o populismo neoliberal (BURBANO DE LARA, 2019; WEYLAND, 1996) e o populismo radical (BURBANO DE LARA, 2019; DE LA TORRE, 2017). Na última seção do primeiro capítulo, o populismo será endereçado enquanto fenômeno comunicacional (REINEMANN et. al, 2017; DE VREESE et. al, 2018; WAISBORD, 2019), e depois, a relação entre populismo e mídias sociais será discutida a partir de suas possíveis afinidades (GERBAUDO, 2018; WAISBORD, 2019).

No segundo capítulo, as mensagens publicadas no Twitter por Jair Bolsonaro e Andrés Manuel López Obrador durante as últimas disputas presidenciais do Brasil e do México serão analisadas e comparadas. Na primeira seção, serão abordados os procedimentos metodológicos realizados pela presente pesquisa para coletar e analisar os *tweets* das campanhas presidenciais de Bolsonaro e Obrador. Na segunda seção, serão apresentadas as categorias de análise utilizadas

no trabalho: enquadramentos diagnósticos (SNOW e BENFORD, 1998), enquadramentos prognósticos (SNOW e BENFORD, 1998) e enquadramentos adversariais (GAMSON, 1995). Na seção seguinte, os resultados encontrados pela pesquisa serão apresentados e, por fim, discutidos a partir de seus contextos e da teoria do populismo.

1. Populismo, América Latina e comunicação

O presente capítulo tem como objetivo abordar, pela perspectiva teórica, o conceito populismo, seu histórico na América Latina e sua expressão na comunicação política. Na primeira seção a seguir, será discutido como o populismo pode ser definido como ideologia (MUDDE, 2004; MUDDE, 2017), discurso (LACLAU, 1971; LACLAU, 2005; HAWKINS, 2010) e enquadramento (ASLANIDIS, 2016). Na seção seguinte, a relação do populismo com a América Latina será abordada a partir de sua divisão em três períodos (BURBANO DE LARA, 2019), o populismo clássico (BURBANO DE LARA, 2019; DI TELLA, 1965), o populismo neoliberal (BURBANO DE LARA, 2019; WEYLAND, 1996) e o populismo radical (BURBANO DE LARA, 2019; DE LA TORRE, 2017). Na terceira e última seção deste capítulo, primeiro, o populismo será endereçado enquanto fenômeno comunicacional (REINEMANN et. al, 2017; DE VREESE et. al, 2018; WAISBORD, 2019), depois, a relação entre populismo e mídias sociais será discutida a partir de suas possíveis afinidades (GERBAUDO, 2018; WAISBORD, 2019). A partir deste percurso teórico, este trabalho entende que o populismo pode ser assumido como um conjunto de ideias normativas sobre a política, culturalmente e contextualmente contingente, com precedentes na América Latina e empiricamente observável na comunicação política, inclusive nas mídias sociais.

1.1. O conceito de populismo

Segundo Cas Mudde (2017), o debate aquecido a respeito do conceito de populismo não é apenas consequência da natureza multidisciplinar do tema, uma vez que mesmo pesquisadores dos mesmos campos de conhecimento, como no caso da Ciência Política, discordam sobre a essência do conceito e sobre como utilizá-lo. Esta seção tem como propósito contextualizar teoricamente este trabalho a partir das definições de populismo como ideologia (MUDDE, 2004; MUDDE, 2017), populismo como discurso (LACLAU, 1971; LACLAU, 2005; HAWKINS, 2010) e populismo como enquadramento (ASLANIDIS, 2016), bem como endereçar individualmente as noções de povo e elite, apontados por Mudde (2017) como noções comuns entre estas diferentes definições.

Para Mudde (2004), o populismo se define como uma ideologia que enxerga a sociedade a partir de dois grupos homogêneos e antagônicos - o povo puro e a elite corrupta - e que defende que a política seja a expressão da vontade geral do povo. Pela perspectiva do autor, o populismo tem dois opostos: o elitismo, que também compartilha de uma visão maniqueísta da sociedade, mas defende que a política seja a expressão das propostas da elite; e o pluralismo, que rejeita a homogeneidade sugerida tanto pelo elitismo quanto pelo populismo e considera a sociedade como um conjunto de grupos e indivíduos com desejos e preferências diferentes (MUDDE, 2004). Neste sentido, outra característica apontada por Mudde (2004) é o caráter moralista, não pragmático, do populismo. A distinção essencial entre povo e elite operada pelos populistas é normativa, não tem como base diferenças empíricas de atitude e comportamento (MUDDE, 2004). O maniqueísmo populista implica na existência apenas de aliados ou inimigos - oponentes políticos não são considerados indivíduos com outros valores e prioridades, são considerados indivíduos maus (MUDDE, 2004).

De acordo com Mudde (2004), a diversidade de movimentos e atores políticos considerados populistas se explica pelo fato do populismo se tratar de uma "ideologia de núcleo estreito" (MUDDE, 2004, p. 544), um escopo reduzido de conceitos políticos centrais capaz de se combinar com outras ideologias. Contudo, o autor reconhece que outros autores enxergam problemas práticos e teóricos em descrever o populismo como uma ideologia (MUDDE, 2004). Para Margareth Canovan (1999), a capacidade do populismo de congregar uma visão de mundo coerente a partir da oposição a um discurso político dominante abre espaço para que se argumente pela existência de uma ideologia populista, mas a relação do populismo com seu contexto não permite fixá-lo como uma única ideologia, ou seja, diante de outra elite e de outro discurso dominante a mobilização populista tende a se manifestar com outros contornos.

Segundo Paris Aslanidis (2016), ao relegar ao populismo o status de ideologia de núcleo estreito, implicitamente ou explicitamente, se reconhece a falta coerência entre os casos - o que, de acordo com o autor, seria uma dimensão pouca contestada pela literatura no que diz respeito à definição de ideologia. Aslanidis (2016) afirma que nenhum traço de coerência ideológica pode ser observado diante

da variedade das manifestações populistas uma vez que não existem textos canônicos, ícones universalmente reverenciados ou continuidade histórica reconhecida entre os movimentos. Apesar de reconhecer a contribuição de Cas Mudde para a teoria do populismo, o autor argumenta que a tentativa de preservar a definição de populismo como ideologia abre espaço para uma série de críticas (ASLANIDIS, 2016). Em primeiro lugar, dado que um pequeno conjunto de atributos centrais se faz necessário para se cunhar qualquer definição, praticamente qualquer conceito político pode ganhar o status de ideologia de núcleo estreito desde que englobe um número de noções considerado pequeno e incapaz de sustentar sozinho propostas concretas de políticas públicas (ASLANIDIS, 2016). Segundo o autor, o critério implicaria que mesmo noções como militarismo, sexismo, multiculturalismo ou consumismo, por exemplo, também poderiam ser considerados ideologias de núcleo estreito e, portanto, a lista de integrantes deste tipo de ideologia não teria fim (ASLANIDIS, 2016).

Outra crítica elaborada por Aslanidis (2016) diz respeito ao caráter essencialista do conceito de ideologia. O autor argumenta que, em geral, a associação a uma ideologia é percebida como um exercício dicotômico: supostamente, um ator pode aderir a uma ideologia e adotar seus conceitos políticos normativos ou simplesmente se abster; não faria sentido falar, por exemplo, de socialismo ou liberalismo em termos de graus (ASLANIDIS, 2016). De acordo com Aslanidis (2016), quando os princípios normativos de uma ideologia são contestados o resultado esperado é o surgimento de um subtipo da ideologia original. Para o autor, tratar o populismo como ideologia reitera esta perspectiva essencialista e restringe a análise do populismo a duas possibilidades: classificar partidos e atores políticos apenas como populistas ou não-populistas, sem gradações; ou nomear subtipos de populismo a partir de cada variação (ASLANIDIS, 2016).

Segundo Mudde (2017), contudo, para além de sua própria definição de populismo como ideologia, diversos autores seguem a linha de raciocínio proposta por Ernesto Laclau (2005) e descrevem o populismo como um tipo de discurso político. De acordo com Laclau (2005), o populismo não se define pelo conteúdo, mas pela forma: o que é característico do populismo não é sua ideologia ou as

políticas públicas que propõe, é a articulação da oposição entre o povo e um "bloco de poder" (LACLAU, 1977 p. 166), sendo ambos os polos "significantes vazios" (LACLAU, 2005, p. 73), ou seja, recipientes simbólicos preenchidos de acordo com as especificidades dos contextos políticos e culturais nos quais o populismo se apresenta. Reconhecendo a importância da contribuição de Laclau para a discussão teórica sobre o tema, Aslanidis (2016) afirma que, enquanto os componentes formais do discurso populista são responsáveis pela afinidade percebida entre suas diferentes manifestações, é a flexibilidade destes componentes que explica a diversidade dos casos. Para Aslanidis (2016), ao excluir o termo "ideologia" da descrição, o que resta é uma definição puramente discursiva e, nesta operação, o populismo se torna simplesmente um discurso que invoca a supremacia da soberania popular enquanto acusa elites de privarem o povo de sua autoridade política - ou, mais simples ainda, um discurso antielitista enunciado em nome do povo. (ASLANIDIS, 2016).

De acordo com Aslanidis (2016), a análise metódica dos discursos de atores políticos, com a verificação da presença e da quantidade de elementos discursivos populistas, tem se provado suficiente para apreender e medir o populismo empiricamente. Para o autor, assumir o populismo como discurso não implica no comprometimento completo com as proposições teóricas pós-estruturalistas de Laclau e com a metodologia de análise desenvolvida na Escola de Essex (ASLANIDIS, 2016). Pode-se afirmar que a contribuição de Laclau é uma chave de leitura importante para o estudo do populismo enquanto discurso, mas, atualmente, é possível encontrar na literatura sobre o tema outras aplicações da noção de discurso. Entre elas, a definição de discurso populista elaborada por Kirk Hawkins (2010) e a noção de "enquadramento discursivo" populista proposta por Aslanidis (2016, p. 98).

Segundo Hawkins (2010), o populismo parte de uma visão de mundo maniqueísta que identifica o bem com a vontade unificada do povo e o mal com uma minoria responsável por subverter o sistema político, mas atores populistas transmitem este conjunto de ideias através de uma linguagem característica, ou seja, de um discurso. O autor não se refere à noção de discurso como instâncias do texto falado ou escrito e sim como termo técnico que descreve qualquer linguagem

distinta que expresse, mesmo inconscientemente, crenças e suposições fundamentais do enunciante (HAWKINS, 2010). Para Hawkins (2010), discurso e ideologia se assemelham no sentido de corresponderem a conjuntos de pressupostos que dão forma e sentido à ação política, mas, enquanto as ideologias se distinguem pela elaboração consciente de argumentos normativos e programas de ação coerentes entre si, o discurso é menos específico no que se refere a medidas políticas práticas, não possui textos ou manifestos oficiais e precisa ser discernido através de elementos linguísticos difusos.

Em sua leitura da noção de discurso, Hawkins (2010) rejeita o argumento de que a linguagem por si só seja capaz de determinar pensamentos e comportamento por completo, mas, ao mesmo tempo, o autor reconhece que os teóricos do discurso estão certos ao afirmarem que não é possível separar ideias e linguagem com facilidade, sobretudo no nível de profundidade trabalhado na análise do discurso. Segundo o autor, toda ideia é efetivamente invisível e, portanto, para inferir sua existência é necessário observar manifestações externas, como o uso da linguagem (HAWKINS, 2010). Para Hawkins (2010), em suma, o discurso populista não se trata de algo imaterial capaz de causar conflitos e produzir políticas públicas, são indivíduos que agem acreditando em ideias particulares que, por sua vez, são enunciadas através de uma linguagem característica.

Apesar de convergir com Laclau (2005) e Hawkins (2010) no sentido de compreender o populismo como discurso, para Aslanidis (2016), a noção de discurso se refere simplesmente à linguagem e aos dados textuais, ditos ou escritos. Segundo o autor, se os elementos formais do populismo não puderem ser identificados na produção textual de um ator político, são poucas as chances de se definir uma prática política como populista a partir de outras áreas de ação simbólica. (ASLANIDIS, 2016) Se apoiando na definição de "enquadramento" introduzida nas ciências sociais por Erving Goffman (1974, p. 21), nos estudos de David Snow e Robert Benford (1988 p. 199) sobre as "tarefas centrais dos enquadramentos" e nas considerações de William Gamson (1995, p. 89) a respeito dos aspectos identitários e adversariais dos "enquadramentos de ação coletiva," Aslanidis (2016, p. 98) propõe que o populismo seja analisado como um "enquadramento discursivo."

Segundo Goffman (1974), os enquadramentos são esquemas de interpretação que permitem que seus usuários localizem, percebam, identifiquem e classifiquem eventos cotidianos complexos. Uma vez que a realidade pode ser apresentada e compreendida de maneiras diferentes, os enquadramentos possibilitam a seleção de perspectivas específicas para conferir sentido à experiência social (ASLANIDIS, 2016). De acordo com Snow e Benford (1988), os enquadramentos têm como tarefas centrais: oferecer um diagnóstico, identificando algum aspecto da vida social como problemático; sugerir um prognóstico, propondo uma solução para o problema diagnosticado; e, por fim, destacar uma urgência motivacional para que a solução seja implementada. Gamson (1995), por sua vez, aponta que os enquadramentos de ação coletiva são, ao mesmo tempo, agregadores e adversariais na medida em que destacam a oposição entre um "nós" coletivo e um outro grupo referido como "eles." Partindo destes apontamentos teóricos, Aslanidis (2016) argumenta que o populismo pode ser compreendido como a disseminação sistêmica de um enquadramento que diagnostica a ação das elites como problemática e aponta a retomada de poder pelo povo como solução. Para o autor, este enquadramento constitui o discurso populista.

Ao considerar os enquadramentos não apenas como forma, mas também como ação deliberada, Aslanidis (2016) afirma que a disseminação consciente de enquadramentos responde pelas implicações estratégicas do discurso populista. Para o autor, estratégias bem-sucedidas de enquadramento são capazes de articular contextos ao trabalharem valores sociais e elementos culturais que a audiência seja capaz de reconhecer (ASLANIDIS, 2016). Argumentando que atores populistas se engajam na produção estratégica de enquadramentos para alinhar a audiência às representações populistas da realidade, Aslanidis (2016), ao mesmo tempo, reconhece a agência dos atores políticos diante do populismo e aponta o enquadramento discursivo populista como mais uma ferramenta de persuasão entre muitas.

Por mais díspares que sejam as definições de populismo propostas pelos autores citados até aqui, uma série de convergências importantes também se faz presente. Mudde (2017) é capaz de reconhecer que, frequentemente, não é possível

distinguir empiricamente uma ideologia de um conjunto de ideias menos coeso e Aslanidis (2016), por sua vez, também reconhece que seu modelo de enquadramento discursivo populista, enquanto recipiente formal de sentido, contém elementos que já foram considerados constituintes de ideologias. Quanto estas convergências, Mudde (2017) aponta dois pontos em comum entre as definições de populismo como ideologia e discurso. O primeiro diz respeito à importância do paradigma cultural para a discussão do populismo, uma vez que, em ambos os casos, são as culturas nacionais e políticas mobilizadas por atores populistas que melhor informam o debate. (MUDDE, 2017) O segundo ponto está relacionado a centralidade de duas noções que, mesmo trabalhadas de formas distintas por autores distintos, perpassam diferentes definições: "povo" e "elite" (MUDDE, 2017, p. 69) *Povo* .

De acordo com Mudde (2017), a noção de povo é o conceito-chave do populismo uma vez que é a partir desta noção que as ideias de elite e de "vontade geral" (MUDDE, 2017, p. 73) ganham significado, sendo, respectivamente, seu oposto e sua expressão política. Para o autor, a noção de vontade geral levada adiante por atores populistas está intimamente ligada à concepção de povo como unidade homogênea. Partindo do princípio de que o povo é moralmente puro e de que os indivíduos que o constituem compartilham dos mesmos interesses e preferências, com frequência, movimentos e atores populistas alegam basear suas propostas políticas nas prioridades lógicas e honestas do povo - o "senso comum" (MUDDE, 2017, p. 78) -, enquanto acusam as elites e as minorias de representarem "interesses especiais" (MUDDE, 2017, p. 78). Pela perspectiva populista, a política deve seguir a vontade geral do povo, as soluções provenientes do senso comum, e qualquer forma de oposição é considerada, por princípio, perversa e corrupta (MUDDE, 2017).

Apesar de reconhecer a flexibilidade do termo, Mudde (2017), diferente de Laclau (1997), não entende "povo" como um significante vazio por completo. Segundo o autor, considerando a natureza moralista do populismo, o povo é sempre tido como puro, ainda que a noção de pureza também seja vaga e culturalmente determinada (MUDDE, 2017). No aprofundamento da discussão sobre o termo, Mudde (2004) aponta a noção de "pátria-mãe" ("heartland"), conforme proposta por

Paul Taggart (2004, p. 274), como alternativa e chave de leitura importante para a compreensão de como o populismo entende o que é povo. Segundo Taggart (2004), povo é um termo excessivamente difuso para ter um significado único, mas a identificação de atores populistas com concepções idealizadas das comunidades a quem pretendem servir é um ponto recorrente entre os diferentes exemplos de manifestações do populismo. Para o autor, é a partir deste ideal, desta comunidade imaginada, que o povo se torna objeto da política populista: o povo ao qual o populismo se refere é a população de uma pátria-mãe (TAGGART, 2004). Entender o sentido atribuído à "povo" é entender, primeiro, o sentido atribuído por um ator populista a sua comunidade (TAGGART, 2004).

De acordo com Taggart (2004), a pátria-mãe é uma construção de um mundo idealizado, mas, diferente de concepções utópicas que projetam visões de futuro a partir de valores preexistentes, a pátria-mãe é uma construção retroativa, se trata de uma visão derivada do passado e projetada no presente como um estilo de vida bom que já foi experienciado e se perdeu. Pela perspectiva do autor, a chave para entender a pátria-mãe é se tratar, para os populistas, não de um ideal, mas da descrição de uma realidade já vivida, do mundo como era antes das distorções trazidas, por exemplo, pela imigração, pela globalização e pela intrusão do Estado na vida social - o que reitera a perspectiva populista de comunidades políticas como unidades culturalmente e, por vezes, etnicamente homogêneas (TAGGART, 2004).

Para Mudde (2004), a noção de pátria-mãe oferecida por Taggart (2004) contribui para o debate ao enfatizar que o povo ao qual atores populistas se referem não é real, mas uma construção, uma subdivisão mítica da população como todo, uma comunidade imaginada. Tal proposta converge com o que Jan Werner-Müller (2016) sugere: segundo o autor, o populismo opõe uma elite considerada corrupta a um povo caracterizado como puro e unificado, mas que, em última instância, se trata de um povo ficcional (WERNER-MÜLLER, 2016). Para Werner-Müller (2016), é um equívoco afirmar que todo apelo ao povo qualifica um ator ou movimento como populista. De acordo com o autor, para um ator ou movimento ser considerado populista, este deve alegar que apenas uma parte do povo é realmente o povo: o populismo extrai sua concepção de povo da soma total de

cidadãos e aponta as lideranças populistas como seus únicos representantes legítimos (WERNER-MÜLLER, 2016).

Segundo Werner-Müller (2016), apesar de nem todas as formas de política identitária serem populistas, o populismo é sempre uma forma de política identitária. Uma vez que o ideal de povo levado adiante por atores populistas é considerado moralmente puro e unificado em sua vontade, qualquer forma de oposição ou dissidência é considerada imoral e excluída do povo (WERNER-MÜLLER, 2016). Para o autor, ao sugerir a existência de um bem comum singular que pode ser implementado como política pública sem ambiguidades, o populismo assume que o povo pode produzir um "mandato imperativo" (WERNER-MÜLLER, 2016, p. 31) capaz de descrever precisamente o que deve ser feito pelo Estado, descartando a necessidade de debates e a importância de processos deliberativos (WERNER-MÜLLER, 2016). Werner-Müller (2016) afirma, contudo, que tal mandato imperativo não parte realmente da população e sim das interpretações das lideranças populistas. Segundo o autor, o populismo parece aderir à ideia de representação democrática da vontade popular, mas, na verdade, se baseia na representação simbólica de uma concepção particular de povo (WERNER-MÜLLER, 2016).

Assim como Mudde (2004), Werner-Müller (2016) destaca a moral como um critério importante para a distinção do que o populismo entende ser o povo. De acordo com o autor, com frequência, o populismo concebe a moralidade política a partir da distinção entre trabalho e corrupção, traçando uma oposição entre o povo honesto, trabalhador, e a elite corrupta, que não trabalha ou trabalha apenas em seu próprio interesse (WERNER-MÜLLER, 2016). Contudo, o que Werner-Müller (2016) afirma ser característico do populismo é alguma forma de distinção entre o povo, julgado como moralmente superior, e seus oponentes. A ideia de trabalho não necessariamente precisa ser o eixo da diferenciação e, neste sentido, não é incomum encontrar marcadores étnicos funcionando como alternativa (WERNER-MÜLLER, 2016).

Margareth Canovan (1999) adota uma perspectiva similar ao afirmar que a natureza ambígua do termo "povo" torna possível que atores populistas explorem diferentes possibilidades retóricas. Apesar de reconhecer que, na prática, as formas

se misturam, a autora aponta três usos da noção de povo pelo discurso populista: o apelo ao "povo unido" (CANOVAN, 1999, p. 5) contra os partidos e facções que o dividem, implicando na impaciência com as disputas partidárias e no apoio às lideranças que afirmem representar os interesses do povo; o apelo ao "nosso povo" (CANOVAN, 1999, p. 5), com frequência, se referindo a vínculos étnicos e distinguindo o povo da população que não compartilha destes mesmos vínculos; e o apelo ao "povo comum" (CANOVAN, 1999, p. 5), em oposição às elites, aos políticos corruptos e às minorias, cujos interesses, segundo os populistas, atrapalham as prioridades do povo. (CANOVAN, 1999) *Elite*

Para Mudde (2004), apesar do populismo alegar que os partidos políticos consolidados criam divisões artificiais entre o povo e privilegiam seus próprios interesses em detrimento da vontade geral, atores populistas não se opõem a existência de partidos políticos. Pelo ponto de vista populista, o povo deve ser consultado sobre os parâmetros mais amplos da política, mas cabe aos especialistas produzirem os mecanismos certos para concretizarem propostas sem distorcerem a vontade do povo (MUDDE, 2004). De acordo com o autor, os apoiadores dos movimentos populistas não rejeitam a ideia de representação política, rejeitam a possibilidade de serem representados por uma elite cujas políticas públicas não reflitam as preocupações e interesses do povo. (MUDDE, 2004)

Segundo Werner-Müller (2016), mais do que um recurso retórico, teorias de conspiração resultam da própria lógica do populismo. Na medida em que o populismo imagina o povo como um corpo homogêneo e moralmente unificado, atores populistas não reconhecem sua capacidade imperfeita de representá-lo e, quando os procedimentos democráticos contradizem suas expectativas, acusam instituições de produzirem resultados errados sob influência das elites (WERNER-MÜLLER, 2016). Enquanto políticos estritamente democratas alegam sua representatividade como uma hipótese que pode ser refutada empiricamente a partir dos resultados dos mecanismos democráticos regulares, as alegações populistas de representatividade são de natureza simbólica e não empírica, sendo, portanto, irrefutáveis (WERNER-MÜLLER, 2016). Assim, as instituições que falham em reiterar a representação exclusiva sugerida pelo populismo se tornam alvos de suspeição e inimigas políticas dos atores populistas. (WERNER-MÜLLER, 2016).

De acordo com Canovan (1999), movimentos populistas envolvem algum tipo de revolta contra uma estrutura de poder e seus valores variam de acordo com o contexto, dependendo da natureza da elite e do discurso político dominante aos quais o populismo se opõe. Por exemplo, onde a cultura política da elite carrega valores liberais como individualismo, internacionalismo, multiculturalismo e progressismo, atores populistas tendem a demonstrar resistência a estes mesmos valores (CANOVAN, 1999). Para a autora, nos sistemas democráticos, o caráter reativo do populismo, com frequência, se desdobra no ataque aos partidos políticos consolidados, mas a hostilidade populista não se limita às elites políticas ou econômicas, também se dirigindo contra os formadores de opinião oriundos da mídia e da academia. Segundo Mudde (2017), teoricamente, o populismo distingue povo e elite usando a moralidade como critério, contudo, na prática, a capacidade do populismo de se combinar com outros conjuntos normativos de noções políticas diversifica a forma de diferenciação. Por exemplo, atores populistas que trabalham a noção de classe em sua definição de povo, em geral, utilizam a mesma categoria para descrever a elite (MUDDE, 2017).

Hawkins (2010) chegou a conclusões similares ao traçar uma comparação entre o discurso pluralista e o discurso populista para descrever o que o populismo chama de elite. Segundo o autor, enquanto o pluralismo evita sugerir conspirações e classificar oponentes políticos como indivíduos perversos, chegando ao ponto de não mencioná-los para manter o tom positivo do discurso, o populismo sempre acusa uma elite minoritária de conspirar para subverter a vontade do povo (HAWKINS, 2010). Para o autor, por julgarem sua causa como justa e a vontade popular como única, atores populistas desconsideram a heterogeneidade das preferências e associam a divergência com o mal (HAWKINS, 2010). Segundo Hawkins (2010), a identidade particular da elite varia com o contexto, mas os populistas precisam identificar um inimigo para, a partir do seu negativo, construir uma noção de povo, ou seja, para o populismo, o povo é sempre tudo que a elite não é.

1.2. Populismo e América Latina

Como apontam trabalhos voltados para o estudo do populismo na Europa (RUZZA, 2019), na Ásia (MIETZNER, 2019), na África (CHEESEMAN, 2019) e nos Estados Unidos (SAVAGE, 2019), o fenômeno não se restringe à América Latina, mas, de acordo com Felipe Burbano de Lara (2019), há precedentes. Para o autor, o estudo da emergência de atores populistas latino-americanos sugere uma espécie de paradoxo analítico: manifestações populistas surgiram em momentos excepcionais da vida política da região, mas, ao mesmo tempo, o populismo pode ser considerado um elemento de rotina da política moderna da América Latina (BURBANO DE LARA, 2019). Partindo do princípio de que o populismo é difundido através de modelos discursivos que, desde que ressonem culturalmente com as conjunturas nas quais são implementados, se repetem sem perderem suas vantagens estratégicas originais, Burbano de Lara (2019) divide a história do populismo latino-americano em três ondas: "populismo clássico", "populismo neoliberal" e "populismo radical" (BURBANO DE LARA, 2019, p. 345).

Conforme descrito por Burbano de Lara (2019), as primeiras experiências populistas na América Latina se deram na década de 1930 com a crise dos modelos de dominação política e econômica das oligarquias da região, perdurando em países diferentes, com ritmos diferentes, até a década de 1970. Segundo o autor, o populismo latino-americano surgiu em meio a processos de modernização e mudança social ligados à urbanização, industrialização e mobilização das camadas mais pobres da sociedade (BURBANO DE LARA, 2019). Os governos de Getúlio Vargas no Brasil, Lázaro Cárdenas no México, Juan Domingo Perón na Argentina, José Maria Valesco Ibarra no Equador, Victor Haya de la Torre no Peru e Jorge Eliécer Gaitan na Colômbia, de acordo com Burbano de Lara (2019), são considerados casos paradigmáticos do populismo clássico.

Quanto a segunda onda do populismo na América Latina, o populismo neoliberal foi associado o termo "neopopulismo" (BURBANO DE LARA, 2019, p. 346), em referência a características compartilhadas com outras fases dos movimentos populistas da região: as lideranças carismáticas, os discursos polarizantes, os apelos aos setores populares e os desafios às elites políticas em governo. Segundo Burbano de Lara (2019), contudo, diferente do que foi observado

nas demais ondas, os principais atores da segunda fase do populismo latino-americano ficaram marcados pelo "liberalismo popular" (BURBANO DE LARA, 2019, p. 346) através da implementação de políticas voltadas para o mercado. Os governos de Alberto Fujimori no Peru, Fernando Collor de Melo no Brasil, Abdalá Bucaram no Equador e Carlos Menem na Argentina são considerados casos paradigmáticos deste segundo momento (BURBANO DE LARA, 2019).

Para Burbano de Lara (2019), apesar da variação no uso dos adjetivos que a descrevem, a terceira onda populista latino-americana - referenciada como "populismo radical", "populismo esquerdista" ou "populismo anti-establishment" (BURBANO DE LARA, 2019, p. 346) - é frequentemente endereçada na literatura sobre populismo. A terceira fase se desenvolveu no final do século XX com as eleições de Hugo Chavez na Venezuela, Evo Morales na Bolívia e Rafael Correa no Equador (BURBANO DE LARA, 2019). De acordo com o autor, a emergência destas novas lideranças se deu em um contexto de continuidade dos regimes democráticos iniciados com as transições da década de 1980 e ficou marcada pelas mobilizações radicais em nome do princípio de soberania popular (BURBANO DE LARA, 2019).

Diante da impossibilidade de abordar neste trabalho todos os casos apontados pela literatura como exemplos de populismo latino-americano, esta seção tem como objetivo discutir o histórico do populismo na região a partir da divisão em ondas proposta por Burbano de Lara (2019), endereçando as fases do fenômeno na América Latina com base nas análises de Torcuato Di Tella (1965), Kurt Weyland (1996) e Carlos de la Torre (2017). Primeiro, será abordado o populismo clássico e as condições que, segundo Di Tella (1965), tornaram possível o surgimento de coalizões populistas; em seguida, o neopopulismo e as afinidade apontadas por Weyland (1996) entre a política populista e a economia liberal; na sequência, a partir da perspectiva de de la Torre (2017), serão discutidos os fatores endógenos associados à emergência do populismo radical; e, por fim, também a partir da análise de de la Torre (2017), serão discutidas características compartilhadas por atores populistas de todos os períodos do populismo latino-americano.

Populismo Clássico

Em sua análise do surgimento do populismo na América Latina, Torcuato Di Tella (1965) assume que o caráter subdesenvolvido da região, por si só, não explica o sucesso dos primeiros atores populistas latino-americanos uma vez que, comparativamente, o fenômeno não ocorreu com a mesma intensidade na Europa quando os países do continente se encontraram em condições similares. Buscando, portanto, discutir quais fatores estariam por trás da relação entre o estágio de desenvolvimento da América Latina e a emergência de coalizões populistas, um dos argumentos elaborados pelo autor leva em conta um conceito proveniente do campo da Economia: o "efeito de demonstração" (DI TELLA, 1965, p. 392). Segundo Di Tella (1965), os países latino-americanos não seriam pobres em termos absolutos, mas constituiriam a periferia de regiões consideradas ricas e centrais. De acordo com o autor, como consequência da centralidade de países como Estados Unidos, Inglaterra, França e União Soviética, as elites dos países subdesenvolvidos haviam perdido a capacidade de oferecerem soluções adequadas para os problemas particulares de seus próprios contextos (DI TELLA, 1965). Paralelamente, os demais estratos da população, diante dos meios de comunicação de massa e da difusão dos ideais presentes nas constituições dos países considerados centrais, tiveram suas aspirações elevadas em uma velocidade não acompanhada pela expansão econômica sobrecarregada pelo crescimento demográfico, dependência dos mercados estrangeiros e falta de capacidade organizacional (DI TELLA, 1965). Di Tella se refere a este fenômeno como "revolução das aspirações" (DI TELLA, 1965, p. 393).

Sem perder de vista a disparidade criada pelo efeito de demonstração nos países subdesenvolvidos, Di Tella (1965) incorpora à análise da conjuntura latino-americana o conceito de "incongruência de status" (DI TELLA, 1965, p. 394), originário da Sociologia. Conforme descrito pelo autor, quando a distância entre aspirações e satisfações na esfera ocupacional chegam a níveis elevados e o equilíbrio entre diferentes sinais de status é perdido em ambientes de alta rigidez social, os grupos afetados pela incongruência buscam novas ideias e investem seus recursos em formas de mudar o cenário (DI TELLA, 1965). Para Di Tella (1965), as tensões políticas criadas por uma parcela populacional incongruente são capazes

de colocar qualquer ordem social em risco, mas foi justamente em países em processo de desenvolvimento que grupos nesta condição emergiram com mais frequência.

No cenário desenhado por Di Tella (1965), os grupos afetados pela incongruência de status e as massas mobilizadas pela revolução das aspirações, apesar de experimentarem condições sociais diferentes, convergiram na antipatia pelo status quo, na oposição à ordem social. Ao mesmo tempo, para o autor, assim como os grupos incongruentes tenderam a não atuar com o mesmo espírito de organização e redistribuição característico dos movimentos operários, o interesse das massas nos complexos princípios, métodos e ideias da ação sindical nunca foi garantido (DI TELLA, 1965). Diante destas afinidades, Di Tella (1965) aponta que as perspectivas dos valores pluralistas da democracia se retraíram e, no lugar de movimentos trabalhadores ou coalizões liberais, coalizões populistas foram formadas na América Latina.

De acordo com Di Tella (1965), além de contarem com a participação de diferentes classes sociais, foi característico destas coalizões populistas ocupar o cenário político pelo lado da reforma e adotar elementos das ideologias mais radicais em debate. Para o autor, um líder carismático, desde que considerado anti-imperialista ou anti-oligárquico, seria suficiente para fomentar a mobilização das massas, mas a necessidade de integrar grupos incongruentes e intelectuais marginalizados na formação das coalizões exigiu refinamento ideológico (DI TELLA, 1965). Como resultado, as doutrinas ideológicas foram ritualizadas, reinterpretadas e mescladas com elementos nacionalistas, tornando o uso das ideologias instrumental, ou seja, um recurso de mobilização (DI TELLA, 1965).

Levando em consideração estes aspectos do contexto latino-americano, Di Tella (1965) elenca três pontos de sustentação das coalizões populistas nesta primeira fase do populismo na região: a participação de lideranças posicionada em oposição ao status quo e provenientes dos níveis baixos ou médios da estratificação social; a mobilização das massas como resultado da revolução das aspirações; e a presença de uma ideologia ou de um estado emocional difundido favorecendo a comunicação entre líderes e seguidores. Segundo o autor, a repressão política por parte de governos conservadores, a falta de setores médios e o estancamento das

condições socioeconômicas fizeram os países subdesenvolvidos se tornarem ambientes férteis para a emergência de diferentes tipos de populismo, variando de acordo com os grupos particulares que ocuparam o campo da reforma política e antagonizaram a ordem social vigente (DI TELLA, 1965).

Segundo a categorização proposta por Di Tella (1965), os governos do PRI no México e de Getúlio Vargas no Brasil são exemplos da ação de "partidos integrativos policlassistas" (DI TELLA, 1965, p. 403). De acordo com o autor, este tipo de coalizão incluiu, além da classe operária, grupos numerosos da classe média (DI TELLA, 1965). Conforme descrito por Di Tella (1965), uma vez que estas coalizões abarcaram muitos interesses distintos entre si, foi característico dos partidos integrativos policlassistas contar com diferentes facções dotadas de liberdade para expressar preferências e negociar acordos, ainda que, formalmente, as estruturas organizacionais dos partidos fossem rígidas. Para o autor, das variedades populistas observadas, este tipo pode ser considerado mais moderado, uma vez que foi capaz de aceitar noções pluralistas, formas democráticas tradicionais, partidos de oposição, além de ter o vínculo entre líderes e apoiadores menos calcado no envolvimento emocional ou no carisma pessoal da liderança, tendo em vista não correr o risco de perder o apoio da classe média (DI TELLA, 1965).

No que se refere à relação dos partidos integrativos policlassistas com o âmbito da reforma social, Di Tella (1965) aponta uma concentração de esforços nas medidas voltadas ao desenvolvimento econômico. De acordo com o autor, pouco foi feito por este tipo de coalizão em termos de oposição ao setor capitalista da economia, mas o investimento na estruturação do setor estatal foi característico, sobretudo com a criação de empresas capazes de atuarem nos mercados nos quais o capital privado encontrou dificuldades em trabalhar na escala adequada (DI TELLA, 1965). Quanto à política exterior, Di Tella (1965) afirma que o amplo apoio popular criou a oportunidade de México e Brasil seguirem caminhos mais independentes dos principais blocos mundiais de poder, mas que o posicionamento não se deu por conta da predominância de uma ideologia específica em comparação aos outros países da América Latina e sim pela própria força dos atores populistas,

respaldados pelo suporte de diversas classes sociais em países vastos e considerados importantes no cenário global.

Com base na experiência argentina, Di Tella (1965) aponta o peronismo como um tipo de coalizão populista com uma série de particularidades vinculadas a um nível mais avançado de desenvolvimento. De acordo com o autor, em nações com índices mais elevados de alfabetização, urbanização e industrialização, a emergência de movimentos populistas foi mais rara (DI TELLA, 1965). Se em países subdesenvolvidos as circunstâncias seriam capazes de levar as classes médias e setores da burguesia à oposição ao status quo, Di Tella (1965) sugere que, em países como Argentina, Chile e Uruguai, a prosperidade econômica e a possibilidade de ascensão social tenderiam a manter a classe média no lado conservador do debate. Ao mesmo tempo, a capacidade organizacional elevada das classes operárias, segundo o autor, fomentaria mais a busca por formas próprias de expressão política do que as chances de envolvimento com coalizões populistas (DI TELLA, 1965). Sendo assim, Di Tella (1965) afirma que a condição-chave para a emergência de um movimento populista como o peronismo argentino foi a ação de uma minoria proveniente dos setores médios ou altos da estratificação social, fortemente motivada a se posicionar contra a ordem social vigente. Em termos comparativos, o peronismo contou com menos apoio das classes médias inferiores e se deparou com um setor sindical especialmente exigente (DI TELLA, 1965).

Populismo Neoliberal

Segundo Kurt Weyland (1996), a convergência da política populista e da economia neoliberal nas democracias da América Latina foi, em grande parte, inesperada. Contrariando o senso comum, a reestruturação econômica e as duras medidas de ajuste voltadas para o mercado não minaram a popularidade das lideranças e, pelo contrário, nos casos de Carlos Menem na Argentina e de Alberto Fujimori no Peru, fortaleceram suas conexões com seus apoiadores ao ponto de possibilitarem suas reeleições (WEYLAND, 1996). Mesmo no ambiente acadêmico, teorias mais estabelecidas postularam uma divergência entre populismo e neoliberalismo: a associação do populismo com a substituição de importações, com as políticas redistributivas e com a inclusão das massas sugeriu a incompatibilidade do populismo com a reforma econômica neoliberal, suas

políticas severas de austeridade e à limitação da distribuição de benefícios (WEYLAND, 1996). Para o autor, a ideia de que o neoliberalismo necessariamente antagonizaria a população latino-americana mais pobre criou a expectativa de que as políticas implementadas na região esvaziariam o apelo de atores populistas (WEYLAND, 1996).

Sob o argumento de que a suposição de incompatibilidade dificultaria a compreensão do sucesso de lideranças como Menem e Fujimori, Weyland (1996) propõe que a noção de populismo não se restrinja às políticas econômicas e estruturas sociais observadas na primeira fase do fenômeno na América Latina. Segundo o autor, o populismo varia dependendo da sua massa constituinte primária: em geral, lideranças populistas buscam atrair um corte transversal mais amplo do povo, mas, com frequência, voltam seus apelos para os estratos sociais que julgam mais abertos à mobilização (WEYLAND, 1996). De acordo com Weyland (1996), a adaptação das lideranças populistas às diferentes oportunidades e limitações contextuais criou tipos diferentes de populismo e, neste sentido, a combinação do populismo político com o liberalismo econômico não se trata de um acidente histórico, mas aponta para uma série de afinidades quanto fontes de apoio e rejeição, estratégias de uso do poder do Estado e distribuição de benefício socioeconômicos.

Conforme relatado por Weyland (1996), um conjunto de fatores favoreceu o ressurgimento do populismo em algumas das novas democracias latino-americanas na década de 1980. De acordo com o autor, a modernização socioeconômica havia enfraquecido mecanismos tradicionais de controle da elite, como o clientelismo e a concentração populacional nos grandes centros urbanos, contudo, mesmo após o fim dos regimes militares, os partidos políticos se encontraram incapazes de integrar a maioria dos cidadãos a redes organizacionais estáveis (WEYLAND, 1996). Com a retomada da democracia e diante de um cenário de crise econômica, uma massa antes descompromissada com a política conquistou direitos de participação em um contexto no qual os apelos de atores populistas pareceram particularmente atrativos (WEYLAND, 1996).

Em sua análise, Weyland (1996) divide a onda neopopulista latino-americana em duas fases distintas. Para o autor, no primeiro momento da nova onda, os governos de Alan García no Peru, Raúl Alfonsín na Argentina e José Sarney

no Brasil, apesar de contarem com bases de apoio diferentes das conquistadas por seus predecessores, em alguma medida, se mantiveram conectados às políticas econômicas do populismo clássico ao hesitarem em adotar medidas de estabilização orientadas ao mercado (WEYLAND, 1996). Durante a segunda metade da década de 1980, os três países passaram por experiências de prosperidade e retração, com estabilidade temporária e inflação ressurgente (WEYLAND, 1996). De acordo com Weyland (1996), os três presidentes flertaram com o neopopulismo, mas, ao tentarem enfrentar a crise protegendo setores importantes dos custos da manutenção da economia, falharam no combate à inflação e perderam seu suporte diante da escalada dos preços. Na Argentina, o cenário foi turbulento ao ponto de fazer Alfossín abandonar o cargo cinco meses antes do fim do mandato (WEYLAND, 1996).

Segundo Weyland (1996), a crise apontou para a inviabilidade das políticas econômicas implementadas anteriormente pelos populistas clássicos e revividas por García, Alfossín e Sarney, deixando em dúvida a continuidade do modelo de desenvolvimento calcado na intervenção estatal extensiva e no fortalecimento da indústria doméstica através da proteção contra a competição estrangeira. A escassez de recursos tornou a distribuição ampla de benefícios insustentável e sugeriu a necessidade de uma reestruturação econômica profunda, incluindo medidas duras de austeridade (WEYLAND, 1996). Pela perspectiva do autor, neste contexto, pode-se dizer que o populismo havia retornado ao cenário político latino-americano e, ao mesmo tempo, encontrado um limite nas circunstâncias econômicas da região (WEYLAND, 1996).

Se García, Alfossín e Sarney encontraram um obstáculo no dilema entre populismo político e liberalismo econômico, para Weyland (1996), Fujimori, Menem e Collor aprenderam com as experiências de seus predecessores: os principais atores associados ao segundo momento do neopopulismo latino-americano usaram o populismo para implementar medidas econômicas liberais e o liberalismo econômico para fortalecer seus apelos em um contexto de adversidade. Diante da hiperinflação, as três lideranças trabalharam para transformar limitações em oportunidades, propondo medidas severas de ajuste para enfrentarem os desafios da economia e se estabelecerem como solução para a população atingida

pela crise (WEYLAND, 1996). Conforme apontado pelo autor, Fujimori, Menem e Collor, com frequência através da televisão, dirigiram suas mensagens para a massa desorganizada, tendo como alvo principal o setor urbano pobre e informal (WEYLAND, 1996). A estratégia foi bem-sucedida e, nos três casos, as eleições foram vencidas com o apoio dos setores menos abastados da sociedade. (WEYLAND, 1996)

Uma vez no poder, as novas lideranças neopopulistas iniciaram reestruturações econômicas orientadas ao mercado, revertendo as medidas inauguradas pelo populismo latino-americano clássico e, em alguma medida, mantidas por García, Alfossín e Sarney (WEYLAND, 1996). O apoio conquistado por Fujimori, Menem e Collor, de acordo com Weyland (1996), deixa claro que políticas neoliberais não inviabilizam políticas populistas. Pelo contrário, para o autor, há sinais claros de convergência: em oposição ao pluralismo e ao corporativismo no sentido da importância atribuída a organizações intermediárias, neopopulismo e neoliberalismo são anti-organizacionais, calcados em inclinações majoritárias e individualistas, respectivamente (WEYLAND, 1996). Em ambas concepções de democracia, a contagem de votos é considerada como principal critério decisório sob o princípio de que cada cidadão representa um único voto (WEYLAND, 1996). Segundo Weyland (1996), neste sentido, os pesos especiais de setores específicos - como a influência de grupos empresariais na economia - não são reconhecidos, apesar de, na prática, todas as democracias precisarem administrá-los e oferecerem privilégios circunstanciais a grupos estratégicos. Neopopulismo e neoliberalismo, na visão do autor, convergem na medida em que rejeitam as ordens sociais estabelecidas, atraem os setores descontentes e levam adiante as demandas por mudança (WEYLAND, 1996).

A partir destes princípios compartilhados e dos exemplos observados na América Latina, Weyland (1996) aponta três pontos de contato específicos entre neopopulismo e neoliberalismo. Em primeiro lugar, existiram similaridades quanto as fontes de apoio social: ambos apelaram para a população pobre e desorganizada associada ao setor informal, antagonizando organizações formadas pela sociedade civil e assumindo a classe política como principal adversária (WEYLAND, 1996). Complementarmente, as estratégias políticas coincidiram no sentido de contarem

com abordagens "de cima para baixo" (WEYLAND, 1996, p. 10), o que pôde ser observado no uso do poder do Estado para implementar reformas econômicas severas e fortalecer a posição das lideranças populistas (WEYLAND, 1996). Por fim, neoliberalismo e neopopulismo também convergiram na distribuição de custos e benefícios: ao mesmo tempo que os ajustes neoliberais impuseram custos às organizações civis que a mobilização populista buscou enfraquecer, as medidas anti-inflação e os programas antipobreza contemplaram os setores menos abastados da população, geralmente, cortejados pelos apelos neopopulistas (WEYLAND, 1996).

Populismo Radical

Segundo Carlos de la Torre (2017) a literatura a respeito da emergência do populismo radical na América Latina concorda que o surgimento de lideranças como Hugo Chávez, Evo Morales e Rafael Correa pode ser explicado por uma série de fatores endógenos. O primeiro ponto levantado pelo autor se refere a crise de representação política (DE LA TORRE, 2017). De acordo com de la Torre (2016), os partidos políticos e a democracia institucional inspiraram desconfiança nos países onde o populismo radical se estabeleceu. Enquanto os partidos tradicionais eram percebidos como instrumentos das elites e responsabilizados pela implementação de políticas neoliberais que aumentaram a desigualdade social, as plataformas dos novos líderes populistas da região prometeram afastar políticos corruptos, experimentar formas participativas de democracia e instalar medidas de redistribuição de renda (DE LA TORRE, 2017).

Pela perspectiva de de la Torre (2017), o populismo radical latino-americano resgatou as antigas utopias revolucionárias de esquerda, mas com um diferencial: ao invés de sugerirem a violência como veículo de transformação da ordem social, os novos atores populistas sustentaram seus argumentos no papel revolucionário do poder constituinte. O poder constituinte foi entendido como uma força revolucionária que deveria ser ativada para refundar todas as instituições políticas corruptas que serviram aos interesses das elites locais e de poderes estrangeiros (DE LA TORRE, 2017). Com este pretexto, novas lideranças do populismo na América Latina foram eleitas com a promessa de convocar assembleias institucionais para produzir novas constituições com a participação dos

cidadãos e de organizações sociais. Segundo o autor, estas novas constituições de fato expandiram direitos dos cidadãos, mas, ao mesmo tempo, também concentraram poderes decisórios nas mãos do poder Executivo (DE LA TORRE, 2017).

De acordo com de la Torre (2017), o segundo ponto a ser ressaltado entre os fatores endógenos que contribuíram com a emergência do populismo radical na América Latina foi a ampla resistência popular ao neoliberalismo. Em 1989, na Venezuela, aconteceu o "Caracazo" (DE LA TORRE, 2017, p. 389), uma manifestação massiva contra o aumento do preço da gasolina (DE LA TORRE, 2017). Dez anos depois, Hugo Chávez, que em 1982 havia liderado um golpe de Estado malsucedido, chegou à presidência com a promessa de livrar o país do neoliberalismo e da corrupção política (DE LA TORRE, 2017).

Entre 1997 e 2005, no Equador, Abdalá Bucaram, Jamil Mahoud e Lucio Gutiérrez, três presidentes eleitos, foram depostos diante da ocupação de espaços públicos por movimentos sociais e cidadãos comuns em protesto contra o neoliberalismo e a corrupção (DE LA TORRE, 2017). Neste contexto, Rafael Correa, até então um professor universitário sem histórico de envolvimento com partidos políticos, foi eleito em 2006 propondo reverter medidas neoliberais, convocar uma assembleia constituinte e recuperar a soberania nacional (DE LA TORRE, 2017). No caso da Bolívia, entre 2000 e 2003, um ciclo de protestos e turbulência política resultou na ruptura do modelo econômico e do sistema partidário vigente desde 1985 (DE LA TORRE, 2017). O Presidente Gonzalo Sanchez de Losada acabou deixando o cargo e saindo do país, mas os manifestantes se negaram a assumir o poder e Evo Morales apoiou uma saída constitucional para a crise (DE LA TORRE, 2017). Carlos Mesa, então vice-presidente, assumiu o cargo (DE LA TORRE, 2017).

Por fim, segundo de la Torre (2017), o terceiro elemento responsável por viabilizar o sucesso das lideranças de Chávez, Correa e Morales na América Latina foi a percepção dos cidadãos de que a classe política e a elite capitalista haviam rendido a soberania nacional ao Fundo Monetário Internacional, ao Banco Mundial e ao governo dos Estados Unidos. Como resposta, de acordo com o autor, o populismo radical prometeu lutar pelos interesses nacionais e trabalhar para

construir um mundo multipolar. Esta postura pôde ser observada especialmente nas estratégias de política internacional, dada a predominância de posições antiglobalistas e anti-estadunidenses nos três casos citados (DE LA TORRE, 2017).

Apesar de reconhecer diferenças entre os líderes do populismo radical latino-americano, para de la Torre (2017), os governos de Hugo Chávez e Nicolás Maduro na Venezuela, de Evo Morales na Bolívia e de Rafael Correa no Equador também compartilharam características. Em primeiro lugar, o autor aponta que todos estes líderes se engajaram em campanhas políticas permanentes, instrumentalizando a convocação de eleições para reunir apoiadores, afastar elites e consolidar posições hegemônicas (DE LA TORRE, 2017). Conforme descrito por de la Torre (2017), o segundo aspecto a ser observado seriam as alegações frequentes dos líderes do populismo radical de que seus governos representariam o caminho para uma forma superior de democracia, capaz de resolver os déficits de representatividade da democracia liberal e promover a justiça social.

A convocação de assembleias constituintes e a criação de novas constituições, pela perspectiva de de la Torre (2017), configuram outro ponto de convergência entre os casos do populismo radical latino-americano. Para o autor, o objetivo enunciado deste movimento era refundar a nação e estabelecer um novo tipo de democracia, mas a criação de uma nova ordem constitucional que concentrasse o poder na mão do presidente estava no horizonte (DE LA TORRE, 2017). Neste sentido, mobilizações majoritárias lideradas pelo populismo radical foram priorizadas em detrimento dos pesos e contrapesos da democracia liberal: mecanismos horizontais de responsabilização por outros órgãos do governo foram substituídos por uma espécie de responsabilização vertical através de eleições recorrentes, referendos e plebiscitos (DE LA TORRE, 2017).

A intervenção estatal e a redistribuição de riqueza também são consideradas por de la Torre (2017) como semelhanças entre os governos de Chávez e Maduro, Morales e Correa. De acordo com o autor, apesar de medidas intervencionistas e redistributivas não serem novidades no histórico do populismo latino-americano, a receita gerada pela alta das commodities nos anos 2000 - angariada, em especial, com a elevação dos preços do petróleo e do gás natural - criou oportunidades para

que os governos da Venezuela, da Bolívia e do Equador fizessem grandes investimentos em programas sociais (DE LA TORRE, 2017).

Segundo de la Torre (2017), apesar de terem sido capazes de atender com agilidade a população mais pobre, estes programas também serviram como instrumentos de manutenção do poder, aumentando a popularidade dos presidentes. Na análise do autor, dois pontos acabaram por tornar as iniciativas insustentáveis a longo prazo: a dependência da arrecadação gerada pelo petróleo e por outras commodities; e a ligação estreita dos programas sociais com as figuras de liderança (DE LA TORRE, 2017). Na medida em que os benefícios eram canalizados para os apoiadores dos presidentes e não distribuídos a partir de critérios objetivos, manter os programas ativos após o fim dos mandatos se tornou um desafio (DE LA TORRE, 2017).

Características Compartilhadas

De acordo com de la Torre (2017), apesar das diferenças entre cada fase do populismo latino-americano e da multiplicidade de contextos nos quais os movimentos emergiram, é possível apontar quatro aspectos comuns a partir das formas como líderes do populismo na América Latina se ligaram às suas bases de apoio: a organização, o clientelismo, o discurso e o uso dos meios de comunicação de massa. Em termos de organização, segundo o autor, o baixo nível de institucionalização foi característico das organizações populistas (DE LA TORRE, 2017). Não há dúvidas quanto os esforços das lideranças do populismo latino-americano na organização ativa de seus apoiadores, mas esta tarefa foi cumprida sob o princípio de que povo seria uma entidade homogênea e unificada (DE LA TORRE, 2017). Para de la Torre (2017), esta lógica se contrapõe aos valores do pluralismo e, como consequência, se desdobrou na falta de diálogo com outras organizações da sociedade civil.

Diante da hipótese de que a população mais pobre se comporta como massa ao votar em candidatos populistas demagógicos, segundo de la Torre (2017), os estudos sobre clientelismo contrariam a afirmação e apontam que a camada mais pobre do estrato social tende a votar instrumentalmente nos candidatos, populistas ou não, que demonstram a maior capacidade de entregar bens e serviços. Na

América Latina, com frequência, a parcela populacional menos abastada vive sob condições de privação material e legal, em ambientes de violência e instabilidade, e nem sempre tem seus direitos constitucionais respeitados (DE LA TORRE, 2017). Como contrapartida, é comum que a população mais pobre conte com atores políticos e redes informais de influência para ter acesso a recursos (DE LA TORRE, 2017). Para de la Torre (2017), a troca de serviços por votos é uma prática comum também em outros tipos de partidos e movimentos, mas há uma especificidade no caso do populismo: a troca se dá em conjunto com um discurso que, ao mesmo tempo, retrata o cidadão como a essência da nação e cria novas identidades políticas.

Pela perspectiva de de la Torre (2017), mesmo pesquisadores que não trabalham com os pressupostos epistemológicos do pós-estruturalismo reconhecem o discurso como um traço recorrente do populismo. O autor segue um caminho similar ao proposto por Laclau (2005) e Aslanidis (2017) ao argumentar que o discurso populista enquadra a realidade social como um conflito fundamental entre povo e oligarquia (DE LA TORRE, 2017). Diante da elasticidade do termo "povo", o que deve ser observado, segundo de la Torre (2017), são os grupos incluídos ou excluídos nestas construções discursivas, bem como os atores políticos responsáveis pela aplicação destas categorias nos contextos analisados. No caso da América Latina, historicamente, o discurso populista construiu o povo urbano e mestiço como essência da nação (DE LA TORRE, 2017). Para de la Torre (2017), os desafios trazidos pelo populismo afastaram elites assustadas, mas, ao mesmo tempo, excluíram a população de descendência indígena e africana. Para pertencer ao povo, esta parcela da sociedade latino-americana foi encorajada pelo discurso populista a "embranquecer" (DE LA TORRE, 2017, p. 669), rejeitando suas especificidades étnicas e culturais em nome de valores nacionais mestiços (DE LA TORRE, 2017).

Segundo de la Torre (2017), contudo, o uso inovador da mídia pelas lideranças políticas também atravessou as experiências populistas da América Latina. Conforme relatado pelo autor, Eva Perón, na Argentina, encontrou no rádio uma forma de se dirigir diretamente aos seus apoiadores, mas, ao longo dos anos, a televisão foi privilegiada pelo populismo como ferramenta estratégica para vencer

eleições e manter o poder, se misturando com recursos mais tradicionais como os comícios e redes clientelistas de influência (DE LA TORRE, 2017). Carlos Menem, também na Argentina, e Abdalá Bucaram, no Equador, aproveitaram a exposição midiática constante para, através dos esportes e do entretenimento, demonstrarem semelhanças com o cidadão comum e, ao mesmo tempo, superioridade em arenas fora da política: Bucaram cantou e dançou na televisão, Menem jogou futebol com Diego Maradona (DE LA TORRE, 2017).

Hugo Chávez, na Venezuela, e Rafael Correa, no Equador, criaram seus próprios programas televisivos semanais para informarem a população sobre os projetos em andamento, estabelecerem as agendas de notícias e atacarem adversários (DE LA TORRE, 2017). De acordo de la Torre (2017), ambos presidentes se convenceram de que a mídia privada havia se tornado a principal ferramenta da oposição e criaram veículos estatais que, em países sem tradição de mídias públicas, acabaram funcionando como ferramentas de propaganda do governo. Apesar de lideranças populistas terem surgido em momentos e contextos diferentes na América Latina, a presente pesquisa entende, portanto, que o uso dos meios de comunicação de massa como forma de conexão entre líderes e apoiadores pôde ser observado na nas três fases do populismo na região.

1.3. Populismo e Comunicação

Depois de ter abordado diferentes definições de populismo e retraçado, ao menos parcialmente, o histórico do fenômeno na América Latina, a seção final deste capítulo tem como objetivo aproximar a discussão do campo da Comunicação Política. Se existem divergências entre as descrições oferecidas por autores oriundos de outros campos de conhecimento que se dedicaram a pensar o populismo, como pode ser visto a seguir, não é diferente entre autores provenientes do campo da Comunicação. Apesar de partirem de pressupostos teóricos distintos, Reinemann e colegas (2017), De Vreese e colegas (2018) e Silvio Waisbord (2019) concordam quanto a importância de se considerar o populismo como fenômeno comunicacional. Estes argumentos serão discutidos na primeira parte desta seção. No que diz respeito ao debate sobre a relação entre populismo e mídias sociais, na

sequência, as possíveis afinidades entre as plataformas digitais e a comunicação populista serão abordadas tendo como base as contribuições de Paolo Gerbaudo (2018) e, novamente, Silvio Waisbord (2019).

Populismo como fenômeno comunicacional

É possível afirmar que Reinemann e colegas (2017) se alinham com Cas Mudde (2004) ao conceberem populismo como uma ideologia de núcleo estreito, ou seja, como um conjunto de ideias normativas sobre a política e a sociedade que, de acordo com contextos históricos e nacionais, se conecta a conjuntos mais concretos de ideias e propostas. Diante da necessidade de se endereçar o papel cumprido pela comunicação na definição e investigação empírica do fenômeno populista, de acordo com os autores, o populismo se reflete majoritariamente na comunicação oral, visual e escrita de atores políticos, incluindo políticos, partidos, movimentos, mídia e cidadãos (REINEMANN et. al, 2017). Para Reinemann e colegas (2017), contudo, este posicionamento não implica ignorar que tais atores políticos possam ter ideologias, motivações, objetivos e atitudes próprias que sirvam de ponto de partida para os atos comunicativos nos quais elementos populistas podem ser observados. Em síntese, de acordo com os autores, o populismo se define como um conjunto de elementos ou características de mensagens enraizadas em comportamentos, demandas e inclinações de atores inseridos na esfera pública (REINEMANN et. al, 2017).

Reinemann e colegas (2017) reconhecem que a literatura sobre populismo apresenta um número amplo de definições e afirmam que, por vezes, até elementos comuns entre estas concepções são descritos a partir de termos e bases teóricas diferentes. Para os autores, a característica central da comunicação populista é a construção comunicativa de uma noção de povo - apelar ao povo, discursar sobre o povo, alegar priorizar a opinião do povo nos processos decisórios, se unir ao povo simbolicamente através do uso da primeira pessoa do plural ("nós") -, mas existem mais dois elementos a serem considerados: o antielitismo, ou seja, ataques e críticas direcionadas a diferentes tipos de elites e instituições; e a exclusão de grupos externos, seja através de posicionamentos em políticas públicas específicas, seja através de ataques diretos a grupos desconsiderados como parte legítima do povo (REINEMANN et. al, 2017).

De acordo com Reinemann e colegas (2017), é possível argumentar que o antielitismo e a exclusão de grupos externos não se tratam de características secundárias do populismo e sim de partes integrais, presentes em qualquer menção de "povo." Segundo os autores, o uso do termo sugere o contraste com outros grupo sociais, ao menos de forma implícita, tornando possível para a audiência interpretar quem a mensagem inclui ou exclui (REINEMANN et. al, 2017). Reinemann e colegas (2017) sugerem que os grupos externos e as instituições excluídas do povo podem servir como critério de distinção entre diferentes tipos de populismo. Neste sentido, uma possível chave de leitura seria diferenciar mensagens focadas em comparações verticais - entre povo e elite ou entre povo e instituições - e mensagens focadas em comparações horizontais - entre povo e grupos étnicos, religiosos ou minorias sexuais (REINEMANN et. al, 2017). Por esta perspectiva, o antielitismo e a exclusão de grupos externos podem ser considerados como equivalentes funcionais que, ao mesmo tempo, explicitam o que um ator populista assume por "povo" e fortalecem a identificação com o grupo interno (REINEMANN et. al, 2017).

A partir desta descrição, Reinemann e colegas (2017) propõem um modelo heurístico para a investigação da comunicação política populista com base em quatro elementos-chave e três níveis de análise social: contextos estruturais e situacionais, no nível macro; partidos, representantes e movimentos políticos, no nível meso; jornalismo e mídias sociais, também no nível meso; e cidadãos individuais, no nível micro. De acordo com os autores, a comunicação política populista pode ser compreendida como um processo inserido em fatores estruturais e situacionais, dos mais estáveis - experiências históricas, memórias coletivas, culturas políticas, sistemas políticos e sistemas de mídia - aos mais específicos - economia, segurança nacional, imigrações e mercado político (REINEMANN et. al, 2017). Para Reinemann e colegas (2017), estes contextos, em maior ou menor grau, impactam diretamente cidadãos, atores políticos e atores midiáticos: a partir do contexto, de interesses específicos e de predisposições ideológicas, atores políticos reagem com declarações e políticas públicas que podem ser comunicadas aos cidadãos através de veículos tradicionais de mídia, de mídias sociais ou de ambos; por sua vez, atores midiáticos cobrem as ações dos atores políticos e os fatos, podendo usar elementos do populismo na produção das mensagens; a

dependem das experiências e predisposições pessoais dos cidadãos, então, mensagens populistas ou não, produzidas por atores políticos ou midiáticos, se desdobram em resultados incluindo percepções sobre a realidade do país, associações com identidades sociais, emoções positivas ou negativas, atitudes e comportamentos.

Conforme descrito por Reinemann e colegas (2017), contudo, as reações dos cidadãos também trazem consequências. Da mesma forma como atores políticos são contatados por cidadãos, leem notícias e recebem resultados de pesquisas de opinião pública, atores midiáticos recebem cartas direcionadas aos editores e comentários nas mídias sociais (REINEMANN et. al, 2017). Para os autores, é possível que os cidadãos afetem os contextos diretamente através de seu engajamento político, mas, tipicamente, a cobertura midiática dos fatos e a comunicação cidadã nas mídias sociais afetam os contextos através da influência exercida sobre atores políticos que, por sua vez, têm poder para afetar os contextos diretamente através de medidas e políticas públicas (REINEMANN et. al, 2017).

Combinando a definição de populismo proposta por Mudde (2004), centrada na noção de ideologia, e a definição de populismo proposta Hawkins (2010), centrada na noção de discurso, De Vreese e colegas (2018) assumem como ponto de partida o reconhecimento de que ideias populistas precisam ser comunicadas discursivamente para atingir os efeitos pretendidos sobre a audiência e os objetivos do enunciador. Dito de outra forma, para os autores, o populismo pode ser compreendido como a manifestação discursiva de uma ideologia de núcleo estreito com base não apenas em um conjunto subjacente de pressupostos básicos sobre a política e sobre a sociedade, mas também na linguagem que expressa estas ideias (DE VREESE et. al, 2018). Para De Vreese e colegas (2018), as ferramentas comunicativas utilizadas para difundir ideias populistas são tão importantes quanto as próprias ideias populistas.

Segundo De Vreese e colegas (2018), conceber populismo como uma ideologia articulada discursivamente por atores políticos e midiáticos acaba por construir uma ponte entre a literatura produzida pela Ciência Política e a literatura produzida Comunicação sobre o tema. Pela perspectiva da Comunicação Política, o foco se desloca da discussão sobre o que constitui a ideologia populista para a

reflexão sobre como esta ideologia é comunicada, ou seja, a ênfase se dá sobre a mensagem populista como fenômeno por si só, não sobre tipos particulares de partidos e atores políticos (DE VREESE et. al, 2018). Por "populismo como conteúdo" (DE VREESE et. al, 2018, p. 3), os autores se referem à comunicação pública dos componentes da ideologia populista através de um conjunto característico de mensagens. Por "populismo como estilo" (DE VREESE et. al, 2018, p. 3), os autores endereçam a associação frequente das mensagens populistas com um conjunto característico de elementos estilísticos. Ao proporem esta abordagem comunicacional, De Vreese e colegas (2018) entendem o populismo como uma característica da comunicação política, não como característica do ator que produz a mensagem.

De acordo com os autores, considerar o populismo como fenômeno comunicacional confere ao conceito um caráter gradual e torna possível distinguir atores populistas de atores não-populistas a partir de medições empíricas de suas produções comunicativas, ou seja, da análise da frequência do uso de conteúdos e estilos específicos (DE VREESE et. al, 2018). No que se refere aos elementos que compõem a comunicação populista, o que De Vreese e colegas (2018) propõem observar muito se aproxima dos elementos elencados por Reinemann e colegas (2017). Para os autores, as referências ao povo, os ataques às elites consideradas corruptas e a identificação de grupos externos configuram as características centrais da manifestação discursiva da ideologia populista: a imprecisão do significado de "povo" permite que atores populistas unam audiências diversas sob um mesmo rótulo; a construção comunicativa de uma elite condena os detentores correntes do poder, conferindo aos atores que se utilizam deste artifício retórico credibilidade dentro do sistema político; e a identificação de grupos externos, ao mesmo tempo, define quem faz parte do povo e exclui minorias que, frequentemente, são apresentadas como ameaças ou servem como bodes expiatórios (DE VREESE et. al, 2018).

Com estes critérios, De Vreese e colegas (2018) propõem que a concepção de populismo como fenômeno comunicacional seja levada adiante a partir da diferenciação das formas pelas quais três tipos de atores - atores políticos, atores midiáticos e cidadãos - articulam elementos populistas na construção de

mensagens, sem perder de vista os fóruns onde estas mensagens são difundidas e seus efeitos potenciais. Endereçando primeiro a análise da comunicação de atores políticos, para De Vreese e colegas (2018), a relação dos atores populistas com a mídia tradicional é marcada pela tensão entre a dependência do alcance e visibilidade que os veículos tradicionais dispõem e o tom da cobertura que, neste tipo de mídia, com frequência, é crítico em relação ao populismo. Não por acaso, segundo os autores, a mídia tradicional é retratada por atores populistas como instituições corruptas e elitistas - de acordo com De Vreese e colegas (2018), as acusações reiteram o antielitismo como característica-chave da articulação discursiva do populismo. Como alternativa, as mídias sociais, ainda que sujeitem a comunicação ao funcionamento de algoritmos, fornecem acesso ao público sem interferência jornalística, oferecem a possibilidade de conexão mais próxima com os cidadãos e têm o potencial de criar sentimentos de pertencimento e reconhecimento entre grupos dispersos (DE VREESE et. al, 2018).

Assumindo a mídia como segundo ator a ser observado, pela perspectiva dos autores, a relação entre atores midiáticos e populismo pode ser endereçada a partir da distinção entre "populismo pela mídia" e "populismo através da mídia" (DE VREESE et. al, 2018, p. 7). Segundo De Vreese e colegas (2018), no primeiro caso, organizações midiáticas se engajam em seu próprio tipo de populismo, tornando-se defensoras proativas de uma concepção particular de povo e assumindo uma atitude crítica em relação às elites. Para os autores, em alguma medida, tais posturas podem se confundir com percepções sobre as normas e o papel do jornalismo, mas, quando adotadas de forma exacerbada e ativista, o resultado tende a refletir os mesmos princípios da comunicação populista dos atores políticos (DE VREESE et. al, 2018). No caso do "populismo através da mídia", por sua vez, a ênfase não se dá tanto sobre a mídia como um tipo de ator, mas sobre o conteúdo que a mídia carrega ao prover um fórum para que atores políticos populistas disseminem mensagens e ganhem visibilidade (DE VREESE et. al, 2018).

Considerando os cidadãos como terceiro tipo de ator a ser analisado, De Vreese e colegas (2018) apontam que cidadãos são receptores e audiência de mensagens populistas produzidas por atores políticos e midiáticos e que, enquanto consumidores de conteúdo, é necessário dedicar atenção às mecânicas de seleção

que utilizam e como estas mecânicas privilegiam certos veículos em detrimento de outros. Ao mesmo tempo, os autores também destacam a necessidade de considerar os cidadãos como atores nas interações comunicativas, por exemplo, quando expressam suas percepções sobre a cobertura jornalística ou se engajam em publicações nas mídias sociais (DE VREESE et. al, 2018). De acordo com De Vreese e colegas (2018), se o populismo é um fenômeno comunicacional medido pela frequência do uso de seus elementos constituintes na produção de mensagens, esta lógica não se reduz aos atores políticos e midiáticos, podendo também ser aplicada na audiência.

Alinhado às contribuições de Ernesto Laclau (2005) e Paris Aslanidis (2016) à discussão sobre a definição de populismo, de acordo com Silvio Waisbord (2019), para se discutir o tema como fenômeno midiático e comunicacional, é necessário reconhecê-lo como estratégia política e enquadramento discursivo - como forma de conceber e comunicar a política, não como conjunto específico de propostas políticas e pressupostos ideológicos. Waisbord (2019) reitera Laclau (2005) ao descrever o populismo como uma lógica que produz uma noção de povo unificando demandas políticas contra a ordem vigente. Segundo o autor, na medida em que concebe o povo como principal ator da política, o populismo o defende como verdadeira manifestação da democracia e denuncia qualquer ação que atribua à elite, transcendendo categorias ideológicas comuns (WAISBORD, 2019).

Para Waisbord (2019), a construção discursiva de povo operada pelo populismo é inseparável da articulação da ideia de elite. De acordo com o autor, a narrativa antissistema é um traço definitivo do discurso populista (WAISBORD, 2019). Dito de outra forma, é característico do populismo atacar o "sistema" (WAISBORD, 2019, p. 22), mas este "sistema" pode ser construído de formas diversas. A categoria se articula em relação ao capitalismo, à democracia liberal, às elites que se beneficiam da ordem corrente, aos partidos políticos, à burguesia, à oligarquia, à população imigrante e às minorias (WAISBORD, 2019). Tal postura, conforme avaliada pelo autor, se sustenta na ideia de que as elites políticas e econômicas, bem como grupos minoritários, agindo em conluio ou de forma independente, controlam o "sistema" em benefício próprio e em detrimento dos verdadeiros interesses populares (WAISBORD, 2019).

De acordo com Waisbord (2019), é característico do discurso populista não definir a priori o que se entende por povo ou elite - pelo contrário, os termos são exemplos do que Laclau (2005, p. 73) descreve como "significantes vazios," abertos à interpretação. Waisbord (2019) aponta ser este o porquê de ser preferível, ao invés de pensar o populismo como ideologia, pensá-lo como uma visão política que opõe povo e elite. Waisbord (2019) concorda com Aslanidis (2016) ao afirmar que o que une formas diferentes de populismo, sejam históricas ou contemporâneas, é um enquadramento discursivo, independente de ideologias, manifestações e contextos (WAISBORD, 2019). Para o autor, o que já foi apontado como flexibilidade ideológica do fenômeno é, na verdade, reflexo de como o discurso populista é impreciso em suas definições (WAISBORD, 2019). Buscando ser mais específico quanto a como o populismo concebe as noções de povo e elite, Waisbord (2018) afirma que a caracterização se dá de forma binária, homogênea, sem nuances. A partir de uma concepção de política essencialmente dividida em dois lados e sem chances de conciliação, todas as diferenças internas dos grupos são descartadas pelo populismo (WAISBORD, 2019).

Partindo destas considerações teóricas sobre como o populismo pode ser visto como fenômeno comunicacional e midiático, Waisbord (2019) afirma ser necessário endereçar a relação do fenômeno com a comunicação política pensada em seu modelo liberal e democrático, por mais que o modelo seja normativo. De acordo com o autor, por esta forma de pensar a comunicação política, o que se tem em vista é um modelo baseado na existência de bens comuns públicos - incluindo mídias públicas, privadas, mistas, digitais e tradicionais - que têm como função promover diálogos públicos informados, assumindo a civilidade, a tolerância, a diversidade, a racionalidade e a factualidade como valores (WAISBORD, 2019). Para Waisbord (2019), historicamente, a existência deste modelo se desdobrou em configurações institucionais e garantias constitucionais capazes de catalizarem informações e fomentarem o debate público, mas a relação do populismo com o modelo é marcada por uma série de tensões.

Conforme descrito por Waisbord (2019), este modelo pressupõe graus de autonomia e de inclusão às instituições que o constituem, o que o distancia da visão populista de comunicação política, como pode ser observado na relação conflituosa

do populismo com a cobertura crítica da imprensa, por exemplo. Segundo o autor, o populismo reduz a imprensa a duas possibilidades: os veículos ou operam como voz dos verdadeiros interesses populares ou servem aos interesses das elites dominantes (WAISBORD, 2019). Tomando como exemplo casos paradigmáticos do populismo latino-americano, Waisbord (2019) afirma que governos como os de Alberto Fujimori no Peru, Hugo Chávez na Venezuela e Rafael Correa no Equador demonstraram visões limitadas de liberdade de imprensa e de liberdade de expressão ao perseguirem dissidentes na esfera pública através de diferentes táticas, incluindo desde ataques verbais constantes até medidas legislativas. De acordo com o autor, na América Latina, o populismo radical, em especial, promoveu políticas públicas de mídia que, apesar de a princípio se basearem em direitos constitucionais, vieram a ser instrumentalizadas para reforçar o poder comunicacional de líderes e aliados, além de restringirem as chances de difusão de críticas ao governo (WAISBORD, 2019).

Waisbord (2019) relaciona a reação populista à crítica à preferência das lideranças por estratégias de gestão de mídia centradas na realização de comícios, conferências de imprensa altamente controladas e aparições em talk shows, evitando discussões com jornalistas e perguntas do público. Apesar de afirmar que este tipo de solução não se restringe aos atores políticos populistas, para o autor, a tendência à evasão de vozes críticas é consistente com a descrença do populismo no que se refere aos direitos fundamentais da imprensa (WAISBORD, 2019).

Segundo Waisbord (2019), visões divergentes de pluralismo e diversidade compõem outro elemento da relação problemática do populismo com a comunicação política democrática. De acordo com o autor, é característico do populismo alegar trazer demandas populares ao debate público e, circunstancialmente, atores populistas de fato endereçaram questões como desigualdade social, direitos humanos e acesso ao trabalho, sobretudo em conjunto com críticas às elites políticas e econômicas (WAISBORD, 2019). Neste sentido, para Waisbord (2019), o populismo é capaz de ampliar a variedade de vozes e formar "contra-públicos" (WAISBORD, 2019, p. 231) em contextos marcados por sistemas de mídia mais orientados a favor de interesses econômicos, mas, em última

instância, a perspectiva maniqueísta de política sugerida pelo populismo é inadequada para efetivamente endereçar pluralismo e diversidade.

Conforme descrito pelo autor, o entendimento populista de povo tende a representá-lo como um corpo homogêneo definido por classe, nível educacional, etnia, nacionalidade e linguagem, não como ator diverso e inserido em sociedades multiculturais (WAISBORD, 2019). Ao sustentar uma visão de política essencialmente binária, o populismo novamente reduz a diversidade a duas posições: só é possível ser contra ou a favor do povo (WAISBORD, 2019). De acordo com Waisbord (2019), o discurso populista alega ser a única força capaz de falar em nome do povo e, portanto, qualquer dissidência, oposição ou crítica é assumida como elitista, ilegítima e desqualificada. Para o autor, a dificuldade do populismo de assimilar as diferenças é especialmente nítida na atribuição de responsabilidade pelos males sociais a grupos externos e na criação de bodes expiatórios como resposta a políticas públicas mal sucedidas (WAISBORD, 2019).

O uso constante de uma linguagem de conflito, para Waisbord (2019), é mais um sinal da hostilidade do populismo ao modelo democrático e liberal de comunicação política. Apesar de reconhecer a centralidade dos conflitos em contextos de desigualdades sociais, econômicas e políticas, de acordo com o autor, reduzir a política ao conflito é contraproducente no sentido de descartar o papel de ações comunicativas na busca pelo consenso, outro elemento fundamental para o funcionamento da democracia (WAISBORD, 2019). O fato do populismo não enxergar os bens de comunicação como arenas importantes para a consolidação de vontades populares - mais uma condição importante para o modelo de comunicação democrática em questão -, para Waisbord (2019), é igualmente problemático. A concepção essencialista de povo levada adiante pelo populismo nega o encontro de interesses divergentes como elemento constitutivo da democracia (WAISBORD, 2019). De acordo com o autor, a perspectiva populista enxerga o "outro" (WAISBORD, 2019, p. 232) - definido por status socioeconômico, etnia, religião, nação, linguagem, ideologia, nível educacional ou estilo de vida - não como membro de uma mesma comunidade política, mas como inimigo. (WAISBORD, 2019).

Populismo e mídias sociais

Segundo Waisbord (2019), a falta de evidências empíricas faz com que ainda seja cedo para determinar quão próxima é a conexão entre populismo e mídias sociais, mas certos aspectos das plataformas interativas parecem ser propícias para a comunicação populista. O primeiro ponto destacado pelo autor diz respeito a maior receptividade das mídias sociais às controvérsias do discurso populista em comparação com o conteúdo de veículos mais tradicionais (WAISBORD, 2019). Pela perspectiva de Waisbord (2019), as plataformas online servem como meios alternativos para a difusão de discursos que organizações jornalísticas consideram afastados do debate político convencional ou excessivamente agressivos para os grandes noticiários.

As mídias sociais oferecem oportunidades comunicativas não limitadas pelas normas tradicionalmente cultivadas pelo jornalismo e, portanto, o tipo de mensagem que circula nas redes digitais empurra as fronteiras do discurso para um terreno mais próximo do habitado pelos tablóides e pelos programas opinativos de rádio, uma arena menos baseada no rigor jornalístico de relato dos fatos (WAISBORD, 2019). De acordo com o autor, estas oportunidades são aproveitadas de formas diferentes por tipos diferentes de populismo: pela perspectiva do populismo de direita, as mídias sociais servem como canais não restritos pelo "politicamente correto" (WAISBOARD, 2019, p. 229); pela perspectiva do populismo de esquerda, as mídias sociais oferecem uma alternativa às estruturas comerciais das mídias tradicionais (WAISBOARD, 2019).

Outro ponto destacado por Waisbord (2019) na discussão sobre a relação do populismo com as plataformas digitais diz respeito à sugestão de que as mídias sociais melhor acomodam a tendência populista de reforçar a mentalidade de grupos internos (o povo) contra grupos externos (elites, imigrantes e minorias). Segundo o autor, a personalização do conteúdo a partir das preferências dos usuários, combinada à economia política das mídias sociais, acaba por cementar um tipo de comunicação de caráter mais hemofílico e centrado em identidades (WAISBORD, 2019). Com cidadãos conectados através de uma estrutura plana de comunicação, são maiores as chances de fomento às convicções internas ao grupo e à demonização de grupos externos (WAISBORD, 2019). Para Waisbord (2019),

dentro de comunidades políticas ideologicamente homogêneas, tais dinâmicas se desdobram na legitimação de crenças individuais.

Apesar da contribuição efetiva das redes sociais para o sucesso de plataformas eleitorais populistas ainda estar em aberto, conforme sugerido por Paolo Gerbaudo (2018), o uso estratégico das mídias sociais por uma série de atores e movimentos populistas contemporâneos tanto de direita - Donald Trump nos Estados Unidos, Marine Le Pen na França, Nigel Farage no Reino Unido - quanto de esquerda - Bernie Sanders nos Estados Unidos, Podemos na Espanha, Jeremy Corbyn no Reino Unido - aponta para a existência de uma "afinidade eletiva" (GERBAUDO, 2018, p. 746) entre mídias sociais e populismo. Dito de outra forma, para o autor, as mídias sociais podem favorecer o populismo na medida em que oferecem um canal adequado para atores populistas invocarem o apoio da população contra atores políticos mais estabelecidos no sistema político (GERBAUDO, 2018).

De acordo com Gerbaudo (2018), se as mídias sociais vieram a se tornar meios mais adequados aos apelos populistas, isto se deve, em parte, pelo fato das plataformas digitais serem percebidas como um espaço mais receptivo aos anseios populares em comparação com a mídia tradicional, por sua vez acusada de ser conivente com as ordens políticas e econômicas vigentes. Para o autor, esta narrativa remonta ao surgimento da Web 2.0 e ao discurso que concebeu as mídias sociais como arenas nas quais cidadãos comuns e comunicadores amadores poderiam se expressar de forma direta, sem intervenção de jornalistas, broadcasters ou outros intermediários (GERBAUDO, 2018). Segundo Gerbaudo (2018), não se pode negar que as mídias sociais ofereceram meios para a expressão individual e difusão de vozes antes marginalizadas pelas instituições tradicionais de mídia, contudo, esta narrativa de liberdade plena é problemática no sentido de não retratar o cenário por completo: o fato é que as plataformas digitais também são plataformas corporativas, controladas por empresas como Google e Facebook, com agendas orientadas ao lucro e não necessariamente em convergência com os múltiplos interesses populares.

Para Gerbaudo (2018), esta percepção de que as mídias sociais representam a voz popular precisa ser compreendida em conexão com as críticas dirigidas à

"mídia mainstream" (GERBAUDO, 2018, p. 749). De acordo com o autor, na medida em que seções crescentes da população passam a perceber as instituições midiáticas tradicionais como agentes que trabalham em prol da agenda de seus proprietários e aliados políticos, não das necessidades e interesses reais do público, o que está em jogo pode ser chamado de "crise de autoridade" (GERBAUDO, 2018, p. 749) da mídia mainstream. Pela perspectiva de Gerbaudo (2018), este nível de desconfiança pode explicar porque muitas das críticas feitas pela mídia tradicional a atores populistas acabam lhes conferindo a reputação de políticos valentes em rebelião contra a ordem corrente. Conforme descrito pelo autor, não por acaso, Donald Trump, quando acusado de propagar notícias falsas em sua própria vantagem, foi capaz de inverter a denúncia e apontar veículos estabelecidos - a CNN estadunidense, por exemplo - como os reais difusores de factoides (GERBAUDO, 2018).

Em ambientes online, a alegação de que a mídia mainstream trabalha com o objetivo de esconder a verdade da população sustenta ataques a instituições midiáticas e convites ao compartilhamento de fontes alternativas de informação (GERBAUDO, 2018). Segundo Gerbaudo (2018), esta oposição ao discurso do jornalismo tradicional se expressa, na direita, em ataques contra o politicamente correto, enquanto, na esquerda, o que se observa é a contestação da "doutrina neoliberal" (GERBAUDO, 2018, p. 749). A crise de autoridade da mídia mainstream, ao mesmo tempo, abre espaço para a entrada de novos atores no campo das notícias e da formação de opiniões (GERBAUDO, 2018). De acordo com o autor (2018), com frequência, movimentos populistas são precedidos pelo surgimento de canais alternativos de notícias capazes de estabelecerem as condições necessárias para a mobilização eleitoral: no caso do populismo de direita, o site de notícias Breitbart se tornou uma plataforma importante para apoiadores radicais de Donald Trump nos Estados Unidos; no caso do populismo de esquerda, o lançamento do Podemos na Espanha foi preparado pelo programa La Tuerka, transmitido online com a participação frequente de lideranças do Movimento 15-M (GERBAUDO, 2018).

Segundo Gerbaudo (2018), outros elementos a serem considerados no debate quanto a relação entre populismo e mídias sociais são a lógica de agregação

embutida nos algoritmos e a forma como são capazes de concentrar a atenção de grupos desconectados entre si. De acordo com o autor, as discussões nas plataformas digitais fornecem espaços nos quais "multidões solitárias" (GERBAUDO, 2018, p. 750) se reúnem e redes dispersas de indivíduos se reconfiguram na forma de novas comunidades políticas de apoiadores partidários (GERBAUDO, 2018). Neste sentido, Gerbaudo (2018) aponta duas maneiras pelas quais as mídias sociais são capazes de favorecerem a formação de multidões online: o efeito "filtro bolha" (GERBAUDO, 2018, p. 750), ou seja, a tendência de focar a atenção dos usuários no conteúdo que corresponde diretamente aos seus interesses; e o efeito "network" (GERBAUDO, 2018, p. 751), a tendência de nós altamente conectados de determinada rede se tornarem ainda mais conectados.

No que se refere ao efeito filtro bolha, Gerbaudo (2018) afirma que a dinâmica de filtro-por-interesse e sua economia da atenção, na medida em que tendem a restringir o olhar dos usuários ao conteúdo que confirma suas posições ideológicas e isolá-los de perspectivas divergentes, pode favorecer a polarização da opinião pública e, no caso de movimentos populistas, a formação de grupos compostos por indivíduos que compartilham das mesmas opiniões, mas que não possuem conexões associativas anteriores. Quanto ao efeito network, para o autor, o fato dos algoritmos favorecerem publicações que atraem um grande número de interações em pouco tempo acaba por dar espaço ao conteúdo sensacionalista e, a exemplo da performance de Donald Trump no Twitter, estratégias de propaganda calcadas na produção de mensagens ultrajantes (GERBAUDO, 2018).

O que parece ser central à discussão proposta por Gerbaudo (2018) é a possibilidade dos mecanismos agregadores inerentes às plataformas digitais servirem como instrumentos adequados para os esforços populistas de unificação de públicos divididos. Gerbaudo (2018) concorda com Laclau (2005) ao afirmar que movimentos populistas buscam reunir grupos espalhados por múltiplas classes e identidades, fazê-los perceberem inimigos e interesses compartilhados, e fundir suas demandas em campanhas únicas. Através das mídias sociais, para o autor, as lideranças populistas podem criar uma espécie de ponto focal ao redor do qual grandes números de indivíduos podem se reunir mesmo sem afiliações organizacionais comuns (GERBAUDO, 2018).

Apesar da contribuição de Gerbaudo (2018) e Waisbord (2019) fomentarem reflexões importante sobre a relação entre as plataformas de mídias sociais, seus algoritmos e a comunicação política populista, a presente pesquisa entende que considerar as possíveis afinidades apontadas entre meios digitais e populismo não significa afirmar que os meios digitais são a causa do populismo. Cabe aqui reiterar as ressalvas de Gerbaudo (2018) e Waisbord (2019) sobre a falta de dados empíricos que tragam conclusões definitivas sobre os efeitos causados pelas mídias sociais e pelos usos dados a elas por atores populistas. Neste sentido, é importante não avaliar a ponte entre populismo e mídias sociais isoladamente, mas sim dentro de contextos nos quais as redes digitais certamente servem como plataformas de compartilhamento, disseminação, ênfase e escalonamento, mas, ao mesmo tempo, integram sistemas mais amplo de comunicação e informação (VREESE et. al, 2018).

A partir do percurso teórico feito neste capítulo, a presente dissertação de mestrado entende que, definido como ideologia (MUDDE, 2004; MUDDE, 2017), como discurso (LACLAU, 2005; HAWKINS, 2010; ASLANIDIS, 2016) ou como enquadramento (ASLANIDIS, 2017; WAISBORD, 2019), o populismo é contextualmente contingente e caracterizado por se referir às noções de povo e elite (MUDDE, 2004; MUDDE, 2017; HAWKINS, 2010; ASLANIDIS; 2016). Este trabalho também considera que, apesar do populismo clássico (BURBANO DE LARA, 2019; DI TELLA, 1965), do populismo neoliberal (BURBANO DE LARA, 2019; WEYLAND, 1996) e do populismo radical (BURBANO DE LARA, 2019; DE LA TORRE, 2017) representarem contextos distintos, o uso dos meios de comunicação de massa fez parte da forma como lideranças do populismo se ligaram aos seus apoiadores na América Latina (DE LA TORRE, 2017).

Levando o argumento adiante, a presente pesquisa também entende que o populismo pode ser investigado como fenômeno comunicacional (REINEMANN et. al, 2017; REINEMANN et. al, 2019; DE VREESE et. al 2018; WAISBORD, 2019) e que as mídias sociais podem ser consideradas meios apropriados, ou compatíveis, com a comunicação política populista (GERBAUDO, 2018; WAISBORD, 2019), mas que não há dados para se afirmar que os meios digitais de comunicação causam o populismo nos dias atuais. Em suma, esta dissertação de

mestrado assume como posicionamento que o populismo pode ser definido como um conjunto de noções normativas sobre a política, que é contextualmente e culturalmente contingente e empiricamente observável na comunicação de atores políticos, midiáticos e civis, inclusive nas mídias sociais.

2. Metodologia, resultados e discussão

Com o propósito de contribuir para a discussão como atores políticos populistas fazem campanhas eleitorais nos contextos do Brasil e do México, a presente pesquisa coletou mensagens publicadas no Twitter por Jair Bolsonaro e Andrés Manuel López Obrador durante as disputas presidenciais de 2018, realizou uma análise qualitativa de conteúdo e comparou os resultados encontrados. Na primeira seção deste capítulo, serão abordados os procedimentos metodológicos através dos quais este trabalho coletou e analisou os *tweets* das campanhas presidenciais de Bolsonaro e Obrador. Na segunda seção, as categorias de análise utilizadas nesta pesquisa - enquadramentos diagnósticos (SNOW e BENFORD, 1998), enquadramentos prognósticos (SNOW e BENFORD, 1998) e enquadramentos adversariais (GAMSON, 1995) - serão definidas e exemplificadas. Na terceira seção, os resultados encontrados pela pesquisa serão apresentados e, na seção final, discutidos a partir de seus contextos e da teoria do populismo.

2.1. Metodologia

As análises da comunicação política populista, de acordo com De Vreese e colegas (2018), geralmente são feitas em duas abordagens: há pesquisas que primeiro definem atores políticos como populistas e então investigam fatores ligados a suas estratégias e estilos de comunicação; e há pesquisas que tomam as características-chave do populismo como princípio para depois observar até que ponto estes elementos são implementados por atores diferentes, sem uma classificação a priori. O presente trabalho entende se aproximar mais do primeiro modelo e, através da análise das campanhas no Twitter de atores previamente considerados populistas pela literatura - Jair Bolsonaro (MENDONÇA e CAETANO, 2021; AGGIO e CASTRO, 2020) e Andrés Manuel López Obrador (OLVERA, 2020; MARINI, 2018) - contribuir com a discussão sobre como estes atores fazem campanhas eleitorais nos contextos do Brasil e do México.

Para analisar as campanhas de Jair Bolsonaro e Andrés Manuel López Obrador no Twitter, a presente pesquisa passou por quatro etapas: coleta dos *tweets*; tratamento da coleta; codificação dos *tweets*; e revisão por pares. No primeiro

estágio deste processo, os *tweets* publicados pelos candidatos durante seus respectivos períodos de campanha foram coletados através da ferramenta *ePOCS Twitter Crawler (eTC)*, desenvolvida em parceria pelos Departamentos de Comunicação e Informática da PUC-Rio. No caso de Bolsonaro, foram coletados 678 *tweets*, publicados em sua página entre os dias 16 de agosto e 27 de outubro de 2018; no caso de Odruber, foram coletados 126 *tweets*, publicados por seu perfil entre os dias 30 de março e 27 de junho de 2018. Como o *eTC* conta com uma ferramenta nativa de filtragem de *replies*, *tweets* em resposta a outros usuários foram descartados no próprio processo de coleta.

Na sequência, a coleta entregue pelo *eTC* - uma planilha incluindo o nome de usuário, o texto, a data, a hora, o número de *replies*, o número de *retweets*, o número de *likes*, a soma total de interações, o *link* publicado (apenas nos *tweets* contendo *links*) e o número de identificação (*Twitter ID*) de cada *tweet* - passou por duas fases de tratamento. Primeiro, foram excluídos os *retweets*. Assim, restaram 562 *tweets* originais de Bolsonaro e 126 *tweets* de Odruber, uma vez que nenhum *retweet* foi identificado entre as publicações do presidente do México. Para compor a amostra analisada neste trabalho, na segunda etapa de tratamento, os *tweets* foram ranqueados pelo número total de interações - ou seja, pela soma de *replies*, *likes* e *retweets* - e os 50 *tweets* com os melhores resultados de cada perfil, somando 100 *tweets*, seguiram para a etapa de codificação, definindo, assim, a amostra trabalhada nesta pesquisa.

O processo de codificação contou com *tweets* como unidades de análise. Vídeos, imagens, *emojis* e *links* foram desconsiderados e, portanto, apenas os dados textuais coletados pelo *eTC* foram analisados. A análise se deu de forma qualitativa, interpretativa e informada pelo método de análise comparada de enquadramentos proposto por Aslanidis (2018), contando com três categorias que serão descritas na seção a seguir: enquadramentos diagnósticos; enquadramentos prognósticos; e enquadramentos adversariais. Os dados textuais da amostra foram extraídos da planilha - inicialmente entregue pelo *eTC* e depois tratada - para um novo documento com o objetivo de facilitar a leitura.

Os *tweets* foram analisados um a um por um único codificador e fichas de codificação - incluindo autor do *tweet*, data, link do *tweet* (gerado a partir do *Twitter*

ID), texto *tweet*, enquadramento prognóstico, enquadramento diagnóstico e enquadramento adversarial - foram preenchidas. Com base na metodologia utilizada por Aslanidis (2018), foi considerado que um mesmo *tweet* poderia apresentar elementos de todas ou de nenhuma das categorias de análise, ou seja, enquadramentos de categorias diferentes identificados em um mesmo *tweet* foram considerados.

Por fim, na etapa de revisão, as fichas de codificação já preenchidas, juntamente com a descrição das categorias de análise e dos procedimentos metodológicos aqui relatados, foram enviadas para três revisores com o propósito de checar possíveis inconsistências e validar a codificação da amostra. Após a análise da codificação e discussão junto aos revisores, as fichas de codificação foram reavaliadas de modo a refletir as considerações da revisão.

2.2. Categorias de Análise

Entre as diferentes definições de populismo apontadas pela literatura, a noção de enquadramento discursivo, conforme defendida por Paris Aslanidis (2016) e Silvio Waisbord (2019), oferece uma chave teórica útil para lidar com a capacidade de adaptação do populismo a propostas e contextos políticos diversos. Em seu estudo comparado de movimentos definidos *a priori* como populistas - 15M-Indignados, Aganaksimenoi e Occupy Wall Street - Aslanidis (2018) operacionalizou este argumento partindo do princípio de que o populismo, enquanto enquadramento, se baseia em um discurso antielitista, enunciado em nome do povo, que invoca a soberania popular para buscar reparação pelas injustiças perpetradas por elites, por sua vez responsáveis por usurparem a autoridade política.

De acordo com o autor, enquadramentos são estruturas discursivas que almejam produzir e fornecer versões da realidade que atendam as necessidades estratégicas de seus produtores na luta pela construção social de sentido (ASLANIDIS, 2018). Pela perspectiva de Aslanidis (2018), no contexto de contestações políticas, os enquadramentos podem vir a oferecer respostas para uma série de perguntas-chave: qual é o problema? O que pode ser feito? Por que é

necessário se mobilizar? Quem somos "nós"? Quem está contra "nós"? Para explicar como o presente trabalho adaptou as categorias de análise inicialmente propostas por Aslanidis (2018), se faz necessário, para maior clareza da estratégia metodológica em questão, endereçar, a partir da literatura especializada na teoria dos enquadramentos, um conjunto de definições importantes. O que são enquadramentos de ação coletiva (GAMSON, 1995; BENFORD e SNOW, 2000)? Quais são as tarefas centrais operadas por estes enquadramentos (SNOW e BENFORD, 1988)? Qual é papel do componente de identidade dos enquadramentos de ação coletiva (GAMSON, 1995)?

Segundo William Gamson (1995), a consciência em relação a uma questão política não necessariamente implica na ação coletiva. Conforme apontado pelo autor, uma série de contingências podem distanciar um indivíduo da mobilização: é possível estar convencido da necessidade de se transformar certo aspecto da realidade entendido como problemático e, ao mesmo tempo, duvidar da possibilidade de fazê-lo; é possível que um indivíduo não faça parte de um círculo social engajado ao ponto de recrutá-lo para a ação política; é possível que custos pessoais, disponibilidade de tempo e outras demandas cotidianas impeçam o envolvimento; é possível que as oportunidades adequadas para a mobilização não se façam presentes, a depender de mudanças políticas estruturais, ritmos eleitorais, viradas na opinião pública, eventos externos e situações de crise (GAMSON, 1995). Para Gamson (1995), contudo, a história dos movimentos sociais serve como registro das muitas ocasiões nas quais, apesar de todos os obstáculos possíveis, grupos de indivíduos de fato se mobilizaram. Neste sentido, de acordo com o autor, a produção de um ou mais "enquadramentos de ação coletiva" é considerada uma característica regular dos movimentos que foram capazes de angariar apoio e se consolidarem (GAMSON, 1995, p. 89).

Segundo relatado por Benford e Snow (2000), a partir dos meados da década de 90, pesquisadores interessados na relação entre enquadramentos e movimentos sociais se voltaram para o estudo do "trabalho de significação" (BENFORD e SNOW, 2000, p. 631), ou seja, para a disputa sobre a produção de significados mobilizadores e contramobilizadores. Por esta perspectiva, os movimentos sociais são entendidos não como simples transportadores de significados preexistentes e

derivados de arranjos estruturais, acontecimentos ou ideologias, pelo contrário, são considerados, como a mídia e o Estado, agentes significadores ativamente engajados na produção e manutenção de significados para adeptos, antagonistas e observadores das mobilizações (BENFORD e SNOW, 2000). De acordo com Benford e Snow (2000), a literatura especializada conceitualiza este trabalho de significação através do verbo "enquadrar" (BENFORD e SNOW, 2000, p. 614).

O emprego do termo "enquadrar" nos estudos voltados aos movimentos sociais, segundo Benford e Snow (2000), denota um fenômeno ativo e processual, que implica em agência e disputa no que se refere a construção da realidade. Se, conforme originalmente proposto por Erving Goffman (1974), os enquadramentos dão sentido a eventos e ocorrências e, portanto, são capazes de organizarem a experiência e guiarem a ação, segundo Benford e Snow (2000), os enquadramentos de ação coletiva também performam esta função interpretativa ao simplificarem e condensarem aspectos da realidade, contudo, de formas voltadas para a mobilização de potenciais adeptos e desmobilização de antagonistas de um determinado movimento. Em outras palavras, enquadramentos de ação coletiva podem ser descritos como conjuntos de significados orientados à ação, que inspiram e legitimam atividades ou campanhas (BENFORD e SNOW, 2000).

De acordo com Benford e Snow (2000), os enquadramentos de ação coletiva são constituídos pelo que denominaram como "tarefas centrais de enquadramento" (SNOW e BENFORD, 1988, p. 199). Segundo a descrição dos autores, estas tarefas centrais operadas pelos enquadramentos se dividem em três: o diagnóstico de um evento ou aspecto da realidade como problemático, o "enquadramento diagnóstico" (SNOW e BENFORD, 1988, p. 200); a sugestão de uma solução para o problema diagnosticado, o "enquadramento prognóstico" (SNOW e BENFORD, 1988, p. 201); e a chamada para ação, o "enquadramento motivacional" (SNOW e BENFORD, 1988, p. 201). Gamson (1995), por sua vez, incluiu a construção de identidades como outro componente dos enquadramentos de ação coletiva. O autor se refere ao processo de definição de um "nós" (GAMSON, 1995, p. 90), tipicamente, em oposição a algum "eles" (GAMSON, 1995, p. 90), um segundo grupo com valores e interesses diferentes do primeiro. Segundo Gamson (1995), a ação coletiva requer a identificação do grupo que se propõe a trazer a mudança e

dos atores coletivos ou individuais cujas políticas ou práticas, segundo o primeiro grupo, devem ser mudadas. Para o autor, sem este componente adversarial os alvos da ação coletiva correm o risco de permanecerem no terreno de noções abstratas como, por exemplo, a pobreza, a doença ou a guerra (GAMSON, 1995).

Assumindo o populismo como enquadramento de ação coletiva, Aslanidis (2018) investigou os movimentos 15M-Indignados, Aganaksimenoi e Occupy Wall Street de forma indutiva, qualitativa e comparada. Para comparar os manifestos publicados por estes movimentos, o autor operacionalizou, em três camadas, os conceitos da teoria dos enquadramentos discutidos acima e analisou os enquadramentos diagnósticos, prognósticos e adversariais empregados nos textos coletados (ASLANIDIS, 2018). Por esta proposta, entende-se que enquadramentos diagnósticos, prognósticos e adversariais não se referem especificamente ao populismo, mas que, na medida em que o populismo pode ser lido como enquadramento de ação coletiva, é possível analisar empiricamente o discurso populista a partir destas categorias.

Pela perspectiva do campo da Comunicação, segundo Robert Entman (1993), o conceito de enquadramento oferece uma forma de descrever o poder de um texto comunicativo, ou seja, a análise de enquadramentos esclarece o processo pelo qual informações são comunicadas de um discurso, um enunciado ou uma reportagem, por exemplo, a uma consciência. Segundo o autor, os enquadramentos ocupam ao menos quatro lugares no processo comunicativo: o comunicador, o texto, o receptor e a cultura. Conforme descrito por Entman (1993), comunicadores são guiados pelos enquadramentos que organizam seu sistema de crenças ao decidirem o que dizer; os textos contém enquadramentos que reforçam temas e se manifestam pela presença ou ausência de palavras-chave, sentenças, frases prontas, fontes de informação ou imagens; receptores chegam a conclusões guiadas por enquadramentos que podem ou não refletir os enquadramentos presentes no texto ou a intenção inicial do comunicador; e a cultura, entre suas muitas definições, também pode ser entendida como um estoque de enquadramentos frequentemente invocados por um grupo social.

De acordo com o autor, este retrato do conceito implica na possibilidade de que enquadramentos tenham um mesmo efeito sobre grandes porções da audiência,

contudo, uma vez que enquadramentos destacam determinados aspectos da realidade enquanto obscurecem outros, o resultado mais provável é que o conjunto de receptores tenha reações diferentes entre si (ENTMAN, 1993). Para Entman (1993), esta dimensão dos enquadramentos tem implicações importantes para a comunicação política. Atores políticos em busca de apoio - durante processos eleitorais, por exemplo - são compelidos a disputarem, com veículos midiáticos e entre si, pelos enquadramentos em circulação (ENTMAN, 1993). Segundo o autor, os enquadramentos desempenham um papel importante no exercício do poder e sua presença nos textos, em última instância, servem como registro dos atores e interesses que competiram pelo domínio dos ambientes de comunicação (ENTMAN, 1993).

Apesar do modelo de análise de Aslanidis (2018) ter sido inicialmente aplicado em manifestos publicados por movimentos sociais, segundo o próprio autor, o enquadramento populista de ação coletiva é facilmente adaptável à construção de narrativas midiáticas e seu emprego estratégico pode atrair grandes públicos, sobretudo em plataformas de mídias sociais devido à natureza interativa e participativa destes ambientes de comunicação. Esta perspectiva acaba por reiterar o argumento de Entman (1993) sobre o papel que os enquadramentos cumprem na comunicação política e sua presença nas mídias. O presente trabalho, portanto, propõe, como estratégia metodológica, a adaptação das categorias de análise implementadas por Aslanidis (2018) e sua aplicação nas campanhas presidenciais de Jair Bolsonaro e Andrés Manuel López Obrador no Twitter, analisando, em abordagem qualitativa, os enquadramentos prognósticos, diagnósticos e adversariais identificados em *tweets* publicados pelas páginas dos candidatos durante o período eleitoral.

A. Enquadramento Diagnóstico

De acordo com Aslanidis (2018), tipicamente, as lideranças dos movimentos políticos e sociais buscam incentivar mobilizações comunicando a perspectiva de que as circunstâncias presentes são injustas e carecem de mudança. Conforme descrito por Snow e Benford (1988), os enquadramentos diagnósticos tem duas dimensões: a identificação de problemas; e a atribuição de responsabilidade a atores individuais ou coletivos. Dito de outra forma, os

enquadramentos diagnósticos endereçam duas perguntas: (A.1) qual é o problema?; e (A.2) quem são os responsáveis? Na presente pesquisa, foram considerados *tweets* que respondessem ao menos a primeira das duas perguntas.

No *tweet* n° 32², publicado no dia 29 de setembro de 2018, Bolsonaro afirma ter mais tempo de tela na campanha televisiva do PSDB do que o representante do partido e acusa o PSDB de usar dinheiro público para difundir informações falsas. Neste exemplo, há um prognóstico - "gastaram dezenas de milhões de dinheiro público para inventar mentiras frágeis a meu respeito" - e atribuição de responsabilidade - "na propaganda do PSDB." No *tweet* n° 85, publicado no dia 12 de abril de 2018, Ombudsman afirma que se dependesse apenas da vontade coletiva já poderia declarar vitória, mas que a intenção de fraudar as eleições exigiria cuidado. Entende-se que, neste exemplo, a intenção de fraude é um diagnóstico, contudo, o candidato não aponta de quem partiria a intenção de fraude e, portanto, não há atribuição de responsabilidade.

B. Enquadramento Prognóstico

Segundo Aslanidis (2018), as lideranças dos movimentos políticos e sociais, além de identificarem problemas, também precisam apontar formas de superá-los através da ação coletiva. De acordo com Snow e Benford (1988), os enquadramentos prognósticos sugerem soluções, estratégias, táticas e objetivos. Se os enquadramentos diagnósticos dizem respeito à identificação de problemas e à atribuição de responsabilidade, os enquadramentos prognósticos especificam o que pode ser feito para solucionar os problemas observados. Basicamente, os enquadramentos prognósticos respondem a pergunta: (B.1) qual é a solução proposta?

No *tweet* n° 26, publicado no dia 27 de outubro de 2018, Bolsonaro afirma que "depois de décadas, o Brasil finalmente tem a chance de eleger um presidente que carrega verdadeiramente os valores dos Brasileiros." Nesta mensagem, é possível identificar "eleger um presidente que carrega verdadeiramente os valores

² Os *tweets* analisados e citados como exemplo estão identificados com número e data no arquivo disponível em:

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1vIDJ1XuvyEGP02bU1XxB47bHbd83r2ePIV2CAhH_6fI/edit?usp=sharing (Acesso em 31/08/2021).

dos Brasileiros" como um prognóstico. Já no *tweet* nº 18, publicado no dia 8 de outubro de 2018, Bolsonaro lista uma série de medidas: "reduzir o número de ministérios"; "extinguir e privatizar estatais"; "combater fraudes no Bolsa-Família"; "descentralização do poder dando mais força econômica aos estados e municípios." Neste caso, todos os elementos listados também podem ser considerados prognósticos.

C. Enquadramento Adversarial

Para Aslanidis (2018, p. 454), a construção de identidades é um elemento inerente à produção estratégica de enquadramentos e tem como objetivo delinear os limites que separam "nós" e "eles." Segundo Gamson (1995), enquadramentos de ação coletiva são adversariais: "nós" nos posicionamos em oposição a "eles" (GAMSON, 1995, p. 101), um grupo com valores e interesses diferentes, responsável por alguma situação problemática. Os enquadramentos adversariais, portanto, endereçam duas definições: (C.1) quem somos "nós"? (C.2) Quem são "eles"? Na presente pesquisa, foram considerados *tweets* que respondessem ao menos uma das duas perguntas.

No *tweet* nº 03, publicado no dia 8 de outubro de 2018, Bolsonaro afirma que seu compromisso é com a pátria, não com corruptos na cadeia. Na mensagem, através da oposição, "pátria" pode ser entendida como "nós" e "corruptos na cadeia" como "eles." Já no *tweet* nº 89, publicado no dia 16 de abril de 2018, Obrador afirma que "a máfia do poder" está a beira de um ataque de nervos porque a "guerra suja" não surtiu resultado. Neste caso, Obrador se refere à "máfia do poder" como um ator político adversário e, por oposição, associa "máfia do poder" a "eles."

Enquadramento Populista de Ação Coletiva (ASLANIDIS, 2018)	
A. Enquadramento Diagnóstico (SNOW e BENFORD, 1988)	A.1 Qual é o problema?
	A.2 Quem são os responsáveis?
B. Enquadramento Prognóstico (SNOW e BENFORD, 1988)	B.1 Qual é a solução proposta?
C. Enquadramento Adversarial (GAMSON, 1995)	C.1 Quem somos "nós"?
	C.2 Quem são "eles"?

Tabela 1: Metodologia de análise do enquadramento populista de ação coletiva (ASLANIDIS, 2018)

2.3. Resultados

A partir da análise dos enquadramentos identificados na amostra de *tweets* publicados por Jair Bolsonaro e Andrés Manuel López Obrador durante suas respectivas campanhas presidenciais, os resultados apontam que, em termos de enquadramentos diagnósticos, (1) tanto Bolsonaro quanto Obrador problematizaram a corrupção, acusaram adversários políticos e a imprensa de difundirem informações falsas e se queixaram de planos de sabotagem - incluindo, no caso de Bolsonaro, o atentado cometido por Adélio Bispo. Quanto a forma como os candidatos atribuíram responsabilidade pelos problemas relatados, Bolsonaro se referiu nominalmente a seus opositores e Obrador foi sugestivo, empregando o termo "máfia do poder."

No que se refere a enquadramentos prognósticos, (2) Bolsonaro endereçou um escopo mais amplo de pautas do que Obrador, abordando temas como a segurança pública, a gestão de recursos públicos e a legalização do aborto, mas, inseridos no contexto específico da disputa eleitoral, Bolsonaro e Obrador também apresentaram as próprias candidaturas como soluções generalizadas - a "nova Independência" do Brasil e a "mudança verdadeira" do México.

Por fim, (3) se tratando de enquadramentos adversariais, Bolsonaro definiu seus aliados através dos termos "pátria", "povo", e "brasileiros de bem"; e seus adversários com os termos "corruptos", "o partido dos maiores escândalos de corrupção da história", "inimigos da liberdade e da Constituição", "um corrupto preso" e "quadrilha." O autor definiu como aliados empregando os termos "povo", "católicos, evangélicos e livre pensadores" e "todos os mexicanos"; e seus adversários utilizando o termo "máfia do poder."

Enquadramentos Diagnósticos

Analisando os enquadramentos diagnósticos identificados na amostra de *tweet* publicados por Jair Bolsonaro ao longo da campanha, a presente pesquisa identificou como problemas destacados: a corrupção; o alinhamento político-ideológico com Cuba e Venezuela; o desrespeito à religião; a difusão de informações falsas por parte de atores políticos e midiáticos; a proposta de regulação da mídia; e o atentado cometido por Adélio Bispo em Minas Gerais. Em termos de atribuição de responsabilidade, Bolsonaro fez citações nominais ao seu oponente Fernando Haddad, ao jornal Folha de São Paulo e aos partidos PSDB, PSOL e PT.

No *tweet* nº 04³, publicado no dia 7 de outubro de 2018, diante da acusação de ameaçar a democracia, Bolsonaro lista pontos para remanejar a crítica e argumentar que o Partido dos Trabalhadores é a verdadeira ameaça. O texto evoca episódios como o Mensalão, a prisão de Lula e a Operação Lava Jato, mas também inclui a proposta de regulamentação da mídia e o apoio do BNDES a Cuba e Venezuela. O tom de resposta também pôde ser observado no *tweet* nº 08, publicado no dia 26 de outubro de 2018. Nesta segunda publicação, Bolsonaro afirma que Fernando Haddad, seu adversário no segundo turno, o responsabilizou por realizar a campanha presidencial "mais baixa da história." Como contraponto, o candidato novamente recorre a uma série de ataques, acusando Haddad de ser orientado por Lula de dentro da cadeia, de trocar as cores do partido de vermelho para verde e

³ Os *tweets* analisados e citados como exemplo estão identificados com número e data no arquivo disponível em:

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1vIDJ1XuvyEGP02bU1XxB47bHbd83r2ePIV2CAhH_6fI/edit?usp=sharing (Acesso em 31/08/2021)

amarelo, de fingir ser religioso, de jogar uma bíblia no lixo, de esconder o apoio ao governo venezuelano e de difundir mentiras a seu respeito. A partir destes dois exemplos, é possível identificar como problemas diagnosticados por Bolsonaro: a corrupção; o alinhamento com regimes de esquerda; o desrespeito à religião; a regulamentação da mídia; e a veiculação de informações falsas. Em termos de atribuição de responsabilidade, Bolsonaro é direto em ambos os *tweets*, citando nominalmente PT e Haddad.

O tema da difusão de informações falsas também pôde ser observado com nos *tweets* de Bolsonaro. No *tweet n° 31*, publicado no dia 8 de outubro de 2018, o candidato questiona a legitimidade da carta de compromisso contra mentiras na internet oferecida por seu oponente. De acordo com a publicação, Haddad teria comunicado que Bolsonaro aumentaria o imposto de renda para os estratos mais pobres da população, quando, na verdade, a proposta de Bolsonaro seria de isenção para cidadãos com renda de até 5 mil reais por mês. No *tweet n° 32*, publicado no dia 29 de setembro de 2018, Bolsonaro afirma ter mais tempo de tela na campanha televisiva do PSDB do que o próprio representante do partido e conclui que a chapa gastou verba pública para veicular inverdades a seu respeito. Apesar de nestes dois exemplos o candidato culpar atores políticos pela difusão de factoides, no *tweet n° 22*, publicado no dia 24 de outubro de 2018, Bolsonaro se volta contra a Folha de São Paulo, acusando o jornal de receber dinheiro público para fazer ativismo político e divulgar informações tendenciosas.

No *tweet n° 29*, publicado no dia 27 de outubro de 2018, véspera do pleito, o diagnóstico se desloca da difusão de notícias falsas para um episódio importante das eleições de 2018: o ataque de Adélio Bispo contra Bolsonaro em Minas Gerais. O incidente interrompeu as atividades de campanha do candidato e, dada a gravidade do ferimento, fez com que Bolsonaro atravessasse o resto do pleito em processo de recuperação, se ausentando, portanto, de manifestações de apoiadores e dos debates tradicionalmente realizados por emissoras de rádio e televisão. Na publicação, Bolsonaro justifica sua ausência afirmando ter sofrido uma tentativa de assassinato e atribui responsabilidade pelo atentado de forma sugestiva: ao invés de citar nominalmente o autor do crime, o candidato recorre ao termo "antigo militante

do PSOL, braço do PT" - o que, por associação, estende a culpa pelo ataque aos partidos referenciados.

No caso dos enquadramentos diagnósticos identificados na amostra de *tweet* publicados por Andrés Manuel Lopez Obrador durante a campanha, foi possível identificar como problemas relatados: a corrupção; a difusão de informações falsas por parte de atores políticos e midiáticos; e planos de fraude e sabotagem. Quanto à atribuição de responsabilidade, Obrador fez referências à "máfia do poder", ao poder público, aos políticos corruptos e traficantes de influência, mas também citou nominalmente José Antonio Meade, candidato pelo PRI, e o jornal El Reforma.

No *tweet n° 60*, publicado no dia 6 de maio de 2018, Obrador afirma não ser contra empresários, mas ser contra a riqueza conquistada "da noite para o dia" e gerada através de práticas escusas. O tema da corrupção é evocado no texto através do tipo de atores que o candidato associa ao problema: o poder público, os políticos corruptos e os traficantes de influência. Pela mensagem, entende-se que Obrador não define práticas regulares de livre mercado como essencialmente problemáticas e sim condena a existência de esquemas de corrupção perpetrados por políticos e intermediários, ainda que estes atores não sejam especificados nominalmente.

No caso do *tweet n° 56*, publicado no dia 18 de maio de 2018, o tema da corrupção se soma a queixas quanto à difusão de factoides. No texto, o candidato afirma que, diante da possibilidade de derrota, porta-vozes da "máfia do poder" fizeram circular a informação de que Obrador, caso eleito, não teria condições de saúde para terminar o mandato. O texto não deixa claro quem constituiria a "máfia do poder" ou quem seriam seus porta-vozes, mas o uso do termo sugere um elo entre crime e poder público. Pelo *tweet*, entende-se que atores políticos envolvidos com esquemas de corrupção, temendo a vitória de Obrador, espalharam o rumor de que a saúde do candidato estaria comprometida.

Foi possível constatar o tema da difusão de informações falsas entre os enquadramentos diagnósticos identificados nos *tweets* de Obrador para além do exemplo anterior. No *tweet n° 53*, publicado no dia 24 de abril de 2018, o candidato chama José Antonio Meade - representante do PRI na disputa presidencial - de caluniador. Segundo o texto, Meade haveria comunicado que Obrador teria omitido três apartamentos de sua declaração de bens, mesmo sabendo que os apartamentos

não pertenciam ao adversário. Já no *tweet* nº 70, publicado no dia 22 de junho de 2018, Obrador se volta contra um veículo de imprensa e acusa o jornal El Reforma de difamá-lo. De acordo com o *tweet*, o jornal teria veiculado a falsa informação de que o MORENA, partido de Obrador, haveria investido 50 milhões de pesos na impressão do jornal do partido.

No *tweet* nº 82, publicado no dia 15 de abril de 2018, Obrador afirma ter informações sobre um plano de sabotagem: a infiltração de adversários em eventos do candidato para roubar títulos eleitorais de seus apoiadores e, assim, inviabilizar seus votos. Mais uma vez, Obrador se refere à "máfia do poder" como os mandantes de práticas planejadas com o intuito de prejudicá-lo, sem deixar claro quem são os atores que compõem o grupo. No *tweet* nº 85, publicado no dia 12 de abril de 2018, o diagnóstico apresentado pelo candidato volta a sugerir suspeitas. Na mensagem, Obrador afirma que se dependesse da vontade coletiva poderia declarar vitória, mas que possíveis intenções de fraude exigiriam cuidado. Neste exemplo, contudo, o candidato não aponta de quem partiria a intenção de fraude.

Enquadramentos Prognósticos

Considerando os enquadramentos prognósticos identificados nos *tweets* de Bolsonaro, foi possível constatar que, em termos de políticas públicas, a campanha dedicou atenção à economia, à legalização do aborto e à segurança pública. Inserido no contexto da disputa eleitoral, contudo, Bolsonaro também enquadrou a própria candidatura como uma grande solução para os problemas do país.

No *tweet* nº 18, publicado no dia 08 de outubro de 2018, Bolsonaro endereça a política econômica e apresenta uma lista de propostas ligadas à gestão de recursos públicos: redução do número de ministérios, privatização de estatais, otimização dos recursos do Bolsa Família e descentralização do poder em função da economia dos estados e municípios. O prognóstico contido na mensagem é claro e apresenta propostas concretas de políticas públicas. Apesar de se dirigir a outra pauta, o *tweet* nº 48, publicado no dia 12 de outubro de 2018, é um exemplo similar. Abordando o tema da legalização do aborto, Bolsonaro é taxativo, condena a prática e especifica como pretende inviabilizá-la no Brasil, assumindo os compromissos de vetar propostas de leis e de impedir o direcionamento de verbas públicas a ONGs

que tenham a legalização entre suas causas. Já no *tweet* nº 36, publicado no dia 9 de outubro de 2018, o combate à violência é apresentado como compromisso de governo, contudo, sem propostas concretas. Bolsonaro afirma que vai "pegar pesado", que pretende "devolver à população o prazer de andar na rua sem medo", que o "inimigo é o crime," mas nenhum trecho do texto descreve quais medidas o candidato pretende implementar para atingir estes objetivos.

Se os três exemplos anteriores apresentam prognósticos diretamente relacionados a políticas públicas, também foi possível identificar entre os *tweets* de Bolsonaro prognósticos que enquadraram a possibilidade de vitória do candidato como uma grande transformação da realidade do país. No *tweet* nº 26, publicado no dia 27 de outubro de 2018, o candidato afirma que, pela primeira vez em décadas, o Brasil tem "a chance de eleger um presidente que carrega verdadeiramente os valores dos brasileiros." Já no *tweet* nº 34, publicado no dia 22 de outubro de 2018, Bolsonaro associa sua vitória à "nova Independência," evocando o episódio histórico da proclamação da Independência do Brasil. Na mensagem, o candidato promete "tirar o Brasil do vermelho e devolvê-lo aos brasileiros." Interpretando o *tweet*, entende-se que "tirar o Brasil do vermelho" tem sentido duplo, se referindo, ao mesmo tempo, à situação de crise econômica e às cores da bandeira do PT.

No caso dos enquadramentos prognósticos observados nos *tweets* de Obrador, foi possível constatar que a campanha se dedicou mais ao contexto da disputa eleitoral e menos à apresentação de propostas de medidas ou políticas públicas. O candidato se dirigiu ao tema da violência no México e prometeu fazer justiça citando um episódio polêmico e não solucionado pelas autoridades, o Caso Ayotzinapa, mas a maior parte dos prognósticos identificados enquadraram a vitória de Obrador como uma forma de concretizar uma grande mudança na política mexicana.

No *tweet* nº 74, publicado em 25 de maio de 2018, Obrador endereça as pautas de segurança pública e direitos humanos fazendo referência ao Caso Ayotzinapa. Em 2014, 43 estudantes desapareceram na cidade de Iguala e o crime não foi esclarecido apesar dos esforços de investigação empreendidos durante o governo de Peña Nieto, predecessor de Obrador. Na mensagem, o candidato relata

seu encontro com uma comissão de pais dos jovens desaparecidos e afirma ter assumido o compromisso de "fazer justiça."

Grande parte dos enquadramentos prognósticos encontrados nos *tweets* do candidato, contudo, se referem ao contexto da disputa eleitoral e associam a possível vitória de Obrador à transformação do cenário político do México. No *tweet* nº 73, publicado no dia 22 de maio de 2018, o candidato afirma que o apoio à "mudança verdadeira" se expressa "de costa a costa" e "de frontera a frontera." O termo "mudança verdadeira" pôde ser observado novamente no *tweet* nº 91, publicado no dia 23 de abril de 2018. Na mensagem, Obrador afirma que nem a "guerra suja", nem a manipulação, impedirão a "mudança verdadeira" e pontua: "o povo tem fome e sede de justiça." No *tweet* nº 77, publicado no dia 28 de maio de 2018, a escolha de palavras é outra, mas o prognóstico é similar. No caso, Obrador faz referência à passagem de sua campanha pela cidade de Zitácuero e afirma que muitos cidadãos estão ocupando as praças sob o sol do meio dia movidos pela "bela utopia e louca paixão de transformar o México."

Enquadramentos Adversariais

Em relação aos enquadramentos adversariais identificados nos *tweets* de Bolsonaro, foi possível constatar que o candidato definiu "nós" como: "pátria"; "povo" e "brasileiros de bem." Também foi possível observar que Bolsonaro definiu "eles" como: "corruptos"; "o partido dos maiores escândalos de corrupção da história"; "inimigos da liberdade e da Constituição"; "um corrupto preso"; e "quadrilha que assaltou os brasileiros."

No *tweet* nº 03, publicado no dia 8 de outubro de 2018, Bolsonaro afirma que seu compromisso é com a pátria, não com "corruptos na cadeia." Fazendo alusão à posição de liderança ocupada por Lula no PT, a mensagem opera uma distinção entre os candidatos que disputaram o segundo turno: enquanto o *tweet* associa Bolsonaro ao comprometimento com o país, o texto relega à Haddad a posição de subalterno de uma liderança política presa por corrupção. No *tweet* nº 27, também publicado no dia 08 de outubro de 2018, a lógica se repete e a condenação de Lula é novamente evocada para distinguir os candidatos. Definidos os presidenciáveis que disputariam o segundo turno do pleito, a mensagem

apresenta duas possibilidades: "serem governados por alguém limpo ou pau mandado de preso por corrupção." Enquanto Bolsonaro se descreve como "alguém limpo" e separa sua imagem de qualquer envolvimento com esquemas de corrupção, Haddad é representado de modo a reiterar sua associação com um ator político condenado pela Justiça.

No *tweet* nº 16, publicado no dia 9 de outubro de 2018, é possível perceber associações similares. Acusando novamente Haddad de difundir informações falsas, Bolsonaro afirma que "quem está ao lado do povo faz política com a verdade, não trabalha a serviço de um político preso, nem faz parte da quadrilha que assaltou os brasileiros e colocou o país na lama." Como no *tweet* nº 03, a mensagem difere os candidatos relacionando Bolsonaro à representação do povo e Haddad ao histórico de condenações por corrupção do PT e de Lula. No *tweet* nº 05, publicado no dia 27 de outubro de 2018, véspera do segundo turno, Bolsonaro volta a evocar a imagem da "nova Independência" e faz duas afirmações que distinguem aliados e adversários. Primeiro, Bolsonaro afirma "vamos derrotar o partido dos maiores escândalos de corrupção da história, (...) do Foro de SP, dos inimigos da liberdade e da Constituição." Através da frase, o candidato associa a oposição à corrupção, ao posicionamento político-ideológico de esquerda, ao autoritarismo e ao desrespeito às leis. No fechamento do texto, Bolsonaro referencia quem sugere representar através da promessa: "devolveremos o Brasil aos brasileiros de bem."

A partir da análise dos adversariais identificados nos *tweets* de Obrador, foi possível observar que o candidato definiu "nós" como: "povo"; "católicos, evangélicos e livre pensadores"; e "todos os mexicanos." Por sua vez, o candidato definiu "eles" como "a máfia do poder." No *tweet* nº 61, publicado no dia 18 de abril de 2018, Obrador faz duas afirmações importantes: primeiro, que será o vencedor da disputa eleitoral no dia do pleito; segundo, que não vai decepcionar o "povo." Desta forma, o texto dá a entender que o candidato não apenas é representante da maioria, mas o representante do "povo." Já no *tweet* nº 69, publicado no dia 20 de maio de 2018, o candidato relata que difundiram a informação de que ele e seus apoiadores haveriam desrespeitado a Virgem de Guadalupe. No texto, Obrador desmente a informação, afirma que "o movimento"

inclui "católicos, evangélicos e livre pensadores" e cita o escritor mexicano Ignacio Ramirez com a frase "eu me ajoelho onde o povo se ajoelha."

No *tweet* nº 86, publicado no dia 27 junho de 2018, Obrador relata o encerramento da campanha em sua terra natal e afirma que "seus conterrâneos, como todos os mexicanos, estão cheios de esperança" - o que pode ser entendido como uma alegação generalizada de representatividade. Já no *tweet* nº 89, publicado no dia 16 de abril de 2018, Obrador volta a se referir à "máfia do poder." Na mensagem, o candidato afirma que "a máfia do poder" está a beira de um ataque de nervos porque a "guerra suja" não surtiu resultado. Como visto na análise dos enquadramentos diagnósticos, Obrador se refere à "máfia do poder" como um ator político com frequência e, neste *tweet*, o posiciona como adversário.

2.4. Discussão dos resultados

A partir dos resultados encontrados pela presente pesquisa, esta seção tem como propósito discuti-los através de duas perspectivas: a teoria do populismo e os contextos das últimas eleições presidenciais do Brasil e do México. Segundo Waisbord (2019), considerar o populismo enquanto enquadramento implica na análise de como o populismo se comunica. De acordo com o autor, a construção da ideia de povo e a articulação da ideia de elite a partir de uma concepção política essencialmente dividida em dois lados e sem chances de conciliação são características da comunicação populista (WAISBORD, 2019). Para Waisbord (2019), é comum que atores políticos populistas aleguem representar o povo e trazer à público suas demandas, contudo, o entendimento populista de povo tende a enxergá-lo não como um conjunto de atores plurais e inseridos em sociedades multiculturais, mas como corpo homogêneo (WAISBORD, 2019).

Entre os enquadramentos adversariais analisados neste trabalho, foi possível observar que Bolsonaro identificou o "nós" coletivo a partir de termos como "pátria" e "povo", assim como Obrador empregou os termos "povo" e "todos os mexicanos". Mensagens contendo enquadramentos deste teor podem ser entendidas como exemplos de alegações generalizadas de representação do povo. No que se refere à identificação de seus adversários, foi possível observar que Bolsonaro utilizou termos como "corruptos", "o partido dos maiores escândalos de corrupção

da história" e "quadrilha que assaltou o Brasil", enquanto Obrador recorreu ao termo "máfia do poder." Tais elementos, por sua vez, podem ser considerados exemplos de enquadramento dos oponentes como elites políticas corruptas. Por esta perspectiva, em alguma medida, é possível ver refletidas, em ambas as campanhas, as alegações de representação e a articulação da ideia de elite às quais Waisbord (2019) se refere como características da comunicação política populista.

Para além destes aspectos, de acordo com Waisbord (2019), a narrativa antissistema também é um traço definitivo da comunicação populista. Segundo o autor, é característico do populismo atacar o "sistema" (WAISBORD, 2019, p. 22), mas a noção populista de "sistema" pode se articular de formas diversas - em relação ao capitalismo, à democracia liberal, às elites, aos partidos políticos, à burguesia, à oligarquia, à população imigrante e às minorias, por exemplo (WAISBORD, 2019). A base desta narrativa, para Waisbord (2019), está na ideia de que elites políticas e grupos minoritários, agindo em conluio ou de forma independente, controlam o sistema em benefício próprio e em detrimento dos interesses populares (WAISBORD, 2019).

A partir dos enquadramentos diagnósticos identificados na presente pesquisa, foi observado que Bolsonaro atribuiu ao PT a responsabilidade pela corrupção, pela difusão de informações falsas e pelo ataque de Adélio Bispo contra o candidato. De maneira similar, Obrador atribuiu à "máfia do poder" a responsabilidade pela corrupção, pela veiculação de inverdades a seu respeito e por supostos planos de fraude. Esta forma de responsabilização pelos problemas diagnosticados seria suficiente para se considerar a presença traços da narrativa antissistema descrita por Waisbord (2019) em ambas as campanhas. Levando em conta também os prognósticos observados nos *tweets* dos candidatos, tal elemento da comunicação política populista parece ainda mais presente uma vez que tanto Bolsonaro quanto Obrador enquadraram suas candidaturas como oportunidades únicas transformação de ambos cenários político: a "nova Independência" do Brasil e "mudança verdadeira" do México.

Para Gamson (1995), os discursos midiáticos, na medida em que podem conter enquadramentos diversos, servem como recursos culturais utilizados no diálogo e na compreensão de questões relacionadas à vida social. De acordo com o

autor, a conexão dos discursos midiáticos com os conhecimentos extraídos pela audiência de suas próprias experiências é fundamental, ou seja, enquadramentos ganham robustez na medida em que permitem que indivíduos ancorem suas interpretações em ambas as fontes (GAMSON, 1995). Neste sentido, se elementos da comunicação política populista puderam ser observados nos enquadramentos identificados nas campanhas presidenciais de Bolsonaro e Obrador, se faz necessário considerar também como estes enquadramentos dialogam com os contextos políticos destas campanhas.

Bolsonaro foi eleito em um ambiente marcado pela Operação Lava Jato e pela crise econômica, com três dos partidos mais fortes da arena política brasileira - PT, PSDB e MDB - carregando as bagagens de um impeachment e de escândalos de corrupção (RENNÓ, 2020). Segundo Rennó (2020), Lula liderou a corrida eleitoral de dentro da cadeia até ser oficialmente declarado inelegível pelo Tribunal Superior Eleitoral e, assim, se iniciou a corrida pela transferência de capital eleitoral para Haddad, até então candidato da chapa à vice-presidência e um nome desconhecido por grande parte do eleitorado brasileiro. Tendo como pano de fundo a brecha deixada pela situação de descrédito dos grandes partidos e a troca de candidatos do PT, foi possível observar que a campanha de Bolsonaro no Twitter atribuiu ao PT a responsabilidade pelos problemas enfrentados pelo Brasil e apresentou o candidato como possibilidade única de transformação do cenário político brasileiro.

Obrador, por sua vez, foi eleito em um ambiente de insatisfação com a situação econômica, com a segurança pública e com a corrupção (GREENE e SÁNCHEZ-TALANQUER, 2018). Com PRI e PAN associados a persistência destes problemas por conta dos governos de Felipe Calderón (PAN) e Enrique Peña Nieto (PRI), segundo Greene e Sánchez-Talanquer (2018), ambas as siglas não conseguiram construir plataformas com candidatos capazes de, ao mesmo tempo, conquistarem eleitores sem filiação partidária e inspirarem a confiança de eleitores já fiéis às siglas. Neste contexto, foi possível observar que a campanha de Obrador no Twitter atribuiu responsabilidade pelos problemas do país à "máfia do poder" e se apresentar como grande alternativa ao status quo da política mexicana.

3. Conclusão

A partir do percurso teórico feito no primeiro capítulo, a presente dissertação de mestrado chegou ao entendimento de que, definido como ideologia (MUDDE, 2004; MUDDE, 2017), como discurso (LACLAU, 2005; HAWKINS, 2010; ASLANIDIS, 2016) ou como enquadramento (ASLANIDIS, 2017; WAISBORD, 2019), o populismo é contextualmente contingente e caracterizado por se referir às noções de povo e elite (MUDDE, 2004; MUDDE, 2017; HAWKINS, 2010; ASLANIDIS, 2016). Além disso, apesar do populismo clássico (BURBANO DE LARA, 2019; DI TELLA, 1965), do populismo neoliberal (BURBANO DE LARA, 2019; WEYLAND, 1996) e do populismo radical (BURBANO DE LARA, 2019; DE LA TORRE, 2017) representarem três momentos distintos do populismo latino-americano, esta pesquisa pôde observar que o uso dos meios de comunicação de massa fez parte da forma como lideranças do populismo se ligaram aos seus apoiadores ao longo do histórico do fenômeno na região (DE LA TORRE, 2017). Este trabalho também considerou, portanto, que o populismo pode ser investigado como fenômeno comunicacional (REINEMANN et. al, 2017; REINEMANN et. al, 2019; DE VREESE et. al 2018; WAISBORD, 2019) e que as mídias sociais podem ser vistas como meios apropriados para a comunicação política populista (GERBAUDO, 2018; WAISBORD, 2019), mas que não há dados para estabelecer que as plataformas digitais de comunicação causam o populismo nos dias atuais.

Considerando populismo como conjunto de noções normativas sobre a política empiricamente observável na comunicação de atores políticos, midiáticos e civis, no segundo capítulo, as mensagens publicadas no Twitter por Jair Bolsonaro e Andrés Manuel López Obrador durante as últimas disputas presidenciais do Brasil e do México foram analisadas e comparadas. Na primeira seção, foram abordados os procedimentos metodológicos utilizados para coletar e analisar os *tweets* das campanhas presidenciais de Bolsonaro e Obrador. Na seção seguinte, foram apresentadas as categorias de análise utilizadas nesta pesquisa: enquadramentos diagnósticos (SNOW e BENFORD, 1998), enquadramentos prognósticos (SNOW e BENFORD, 1998) e enquadramentos adversariais (GAMSON, 1995).

Os resultados encontrados pela análise dos enquadramentos das campanha apontam que (1) tanto Bolsonaro quanto Obrador enquadraram como problemas a corrupção, a difusão de informações falsas por atores políticos e midiáticos e planos de sabotagem. Foi possível perceber, contudo, diferenças na forma como os candidatos atribuíram responsabilidade pelos problemas relatados. Bolsonaro se referiu nominalmente a seus opositores, enquanto Obrador foi sugestivo e empregou o termo "máfia do poder" com regularidade. (2) Em termos de propostas, Bolsonaro endereçou um escopo mais amplo de pautas do que Obrador, abordando temas como a segurança pública, a economia e a legalização do aborto, mas, inseridos no contexto específico da disputa eleitoral, Bolsonaro e Obrador também apresentaram as próprias candidaturas como soluções generalizadas para os problemas do Brasil e do México. (3) Se tratando da identificação de aliados e opositores, Bolsonaro enquadrou seus aliados como "pátria", "povo", e "brasileiros de bem"; e seus adversários como "corruptos", "o partido dos maiores escândalos de corrupção da história", "inimigos da liberdade e da Constituição", "um corrupto preso" e "quadrilha." Obrador, por sua vez, definiu como aliados "povo", "católicos, evangélicos e livre pensadores" e "todos os mexicanos"; e seus adversários como "a máfia do poder."

A partir dos resultados encontrados, a presente pesquisa discutiu se e como Jair Bolsonaro e Andrés Manuel López Obrador apresentaram elementos da comunicação política populista (WAISBORD, 2019) em suas campanhas. Com a brecha deixada pela situação de descrédito do PT, PSDB e MDB e a corrida de Lula pela transferência de eleitores para Haddad (RENNÓ, 2020), foi observado que Bolsonaro culpou o PT pelos problemas do cenário brasileiro e apresentou sua candidatura como uma possibilidade única de transformação da política do país. Obrador, por sua vez, disputou o pleito mexicano com dois candidatos ligados a governos anteriores em um contexto de insatisfação contínua com a economia, com a corrupção e com a violência. Através da análise dos *tweets* da campanha, foi possível constatar que Obrador responsabilizou a "máfia do poder" pelos desafios enfrentados pelo México e se apresentou como grande alternativa ao status quo da política mexicana.

Este trabalho, contudo, conta com limitações. Em primeiro lugar, só foram analisados os dados textuais dos *tweets* coletados por esta pesquisa, abrindo mão de imagens, vídeos, emojis e links que, por sua vez, poderiam conter informações relevantes para a discussão. Também é necessário levar em consideração que as mídias sociais não foram os únicos meios de comunicação utilizados por Bolsonaro e Obrador em suas campanhas e que o Twitter é apenas uma das mídias sociais disponíveis atualmente. Mesmo se atendo aos ambientes digitais de comunicação, a análise se beneficiaria por incluir também dados coletados no Facebook e no Instagram, por exemplo. Por fim, apesar do processo de codificação ter sido revisado por pares, entende-se que a presente dissertação de mestrado também extrairia ganhos com a contribuição de um número maior de codificadores, acrescentando à pesquisa processos de treinamento e validação dos dados.

4. Referências bibliográficas

AGGIO, Camilo de Oliveira; CASTRO, Filipe. **Meu partido é o povo': Uma proposta teórico-metodológica para o estudo do populismo como fórmula de comunicação política seguida de estudo de caso do perfil de Jair Bolsonaro no Twitter.** C&S. São Bernardo do Campo, v. 42, n. 2, 2020. P. 429-465.

ASLANIDIS, Paris. **Is populism an ideology? A refutation and a new perspective.** Political Studies, vol. 64, 2016. P. 88-104.

_____. **Populism as a collective action master frame for transnational mobilization.** Sociological Forum, vol. 33, no. 2, 2018. P. 433-464.

BENFORD, Robert D.; SNOW, David A. **Framing processes and social movements: an overview and assessment.** Annual Review of Sociology, vol. 26, 2000. P. 611-639.

BURBANO DE LARA, Felipe. **Populist waves in Latin America: continuities, twists and ruptures.** In: DE LA TORRE, Carlos. Routledge Handbook of Global Populism. New York, Routledge, 2019. P. 435-447.

CANOVAN, Margaret. **Trust the people! Populism and the two faces of democracy.** Political Studies, 47, no. 1, 1999. P. 2-16.

CHEESEMAN, Nic. **Populism in África and the potential for 'ethnically blind' politics.** In: DE LA TORRE, Carlos. Routledge Handbook of Global Populism. New York, Routledge, 2019. P.357-370.

DE LA TORRE, Carlos. **Populism in Latin America.** In: ESPEJO, Paulina Ochoa; KALTWASSER, Cristóbal Rovira; OSTIGUY, Pierre; TAGGART, Paul. Oxford Handbook of Populism. New York, Oxford University Press, 2017. P. 378-416.

DE VREESE, Claes H.; ESSER, Frank; AALBERG, Toril; REINEMANN, Carsten; STANYER, James. **Populism as an expression of political communication content and style: a new perspective.** The International Journal of Press/Politics, 23, 2018. P. 1-16.

DI TELLA, Torcuato S. **Populismo y reforma en América Latina.** Desarrollo Económico, vol. 4, no. 16, 1965. P. 391-425.

ENTMAN, Robert M. **Framing: toward clarification of a fractured paradigm.** Journal of Communication, 43(4), 1993. P. 51-58.

GAMSON, William. **Constructing social protest.** In: JOHNSTON, Hank; KLANDERSMANS, Bert. Social movements and culture. Minneapolis, University of Minnesota Press, 1995. P. 85-106.

GOFFMAN, Erving. **Frame analysis: an essay on the organization of experience**. Boston: Northeastern University Press, 1974.

GREENE, Kenneth F.; SÁNCHEZ-TALANQUER, Mariano. **Latin America's Shifting Politics: Mexico's Party System Under Stress**. *Journal of Democracy* 29.4 (2018): 31-42.

HAWKINS, Kirk A. **Venezuela's chavismo and populism in comparative perspective**. Cambridge: Cambridge University Press, 2010.

LACLAU, E. **Politics and ideology in marxist theory: capitalism-fascism-populism**. Londres: NLB, 1977.

_____. **On populist reason**. Londres: Verso, 2005.

MARINI, Anna Marta. **El mesías tropical: aproximación a fenómenos populistas actuales a través del discurso de López Obrador**. Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación, nº. 139, 2018. P. 153-170.

MENDONÇA, Ricardo F.; CAETANO, Renato Duarte. **Populism as parody: The visual self-presentation of Jair Bolsonaro on Instagram**. *The International Journal of Press/Politics*, 26.1, 2021. P. 210-235.

MIETZNER, Marcus. **Movement leaders, oligarchs, technocrats and autocratic mavericks: populism in contemporary Asia**. In: DE LA TORRE, Carlos. *Routledge Handbook of Global Populism*. New York, Routledge, 2019. P.370-385.

MUDDE, Cas. **Populism: an ideational approach**. In: ESPEJO, Paulina Ochoa; KALTWASSER, Cristóbal Rovira; OSTIGUY, Pierre; TAGGART, Paul. *Oxford Handbook of Populism*. New York, Oxford University Press, 2017. P.65-104.

_____. **The populist zeitgeist**. *Government and Opposition*, vol. 39, no. 4, 2004. P.541–563.

MÜLLER, Jan-Werner. **What is populism?** Philadelphia, University of Pennsylvania Press, 2016.

OLVERA, Alberto J. **De la elección plebiscitaria al populismo nostálgico. López Obrador y la 'Cuarta Transformación' en México**, 2020. Disponível em: <https://www.academia.edu/download/63976140/Los_retos_del_populismo_nostalgico20200720-111784-1k79axw.pdf>. Acesso em 31/08/2021.

REINEMANN, Carsten; AALBERG, Toril; ESSER, Frank; STRÖMBÄCK, Jesper; DE VREESE. **Populist political communication: toward a model of its causes, forms and effects**. In: AALBERG, Toril; ESSER, Frank; REINEMANN, Carsten; STRÖMBÄCK, Jesper; DE VREESE, Claes H. *Populist communication in Europe*. New York, Routledge, 2017. P. 12-29.

REINEMANN, Carsten; STANYER, James; AALBERG, Toril; ESSER, Frank; DE VREESE, Claes H. de Vreese. **Communicating populismo: comparing actor perceptions, media coverage and effects on citizens in Europe**. New York, Routledge, 2019.

RENNÓ, Lucio R. **The Bolsonaro voter: issue positions and vote choice in the 2018 Brazilian presidential elections**. Latin American Politics and Society, 62.4, 2020. P.1-23.

RUZZA, Carlos. **Populism, migration and xenophobia in Europe**. In: DE LA TORRE, Carlos. Routledge Handbook of Global Populism. New York, Routledge, 2019. P.402-416.

SAVAGE, Ritchie. **Populism in the U.S.** In: DE LA TORRE, Carlos. Routledge Handbook of Global Populism. New York, Routledge, 2019. P.402-416.

SNOW, David A.; BENFORD, Robert D. **Ideology, frame resonance and participant mobilization**. International Social Movement Research, vol. 1, no. 1, 1988. P. 197-217.

TAGGART, Paul. **Populism and representative politics in contemporary Europe**. Journal of Political Ideologies, vol. 9, no. 3, 2004. P. 269-288.

WAISBOAD, Silvio. **Populism as media and communication phenomenon**. In: DE LA TORRE, Carlos. Routledge handbook of global populism. New York, Routledge, 2019. P. 221-234.

WEYLAND, Kurt. **Neopopulism and neoliberalism in Latin America: unexpected affinities**. Studies in Comparative International Development, vol. 31, no. 3, 1996. P. 3-31.