UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÕES E ARTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

ANA JÚLIA DE PAIVA GENNARI

"*STOP THE COUNT!*", "TÁ OK?":
Populismo de extrema direita em práticas de comunicação política

SÃO PAULO

2022

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÕES E ARTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

ANA JÚLIA DE PAIVA GENNARI

"STOP THE COUNT!", "TÁ OK?":
Populismo de extrema direita em práticas de comunicação política

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação de Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo, da Escola de Comunicações e Artes, Área de Concentração: "Ciências da Comunicação", Linha de Pesquisa: "Comunicação: Interfaces e Institucionalidades", para a obtenção do título de Mestre.
Orientador: Prof. Dr. Richard Romancini

SÃO PAULO
2022

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catalogação na Publicação
Serviço de Biblioteca e Documentação
Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo
Dados inseridos pelo(a) autor(a)

Gennari, Ana Júlia de Paiva
"STOP THE COUNT!", "TÁ OK?": Populismo de extrema direita em práticas de comunicação política / Ana Júlia de Paiva Gennari; orientador, Richard Romancini. - São Paulo, 2022.
162 p.: il.

Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação / Escola de Comunicações e Artes / Universidade de São Paulo.
Bibliografia
Versão corrigida

1. Política. 2. Extrema Direita. 3. Jair Bolsonaro. 4. Donald Trump. 5. Comunicação . I. Romancini, Richard. II. Título.

CDD 21.ed. - 302.2

Elaborado por Alessandra Vieira Canholi Maldonado - CRB-8/6194

Nome: Gennari, Ana Júlia de Paiva

Título: “Stop the count!”, “Tá OK?”: Populismo de extrema direita em práticas de comunicação política

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo para a obtenção do título de Mestre em Ciências da Comunicação.

Aprovado em:

Banca Examinadora

Prof. Dr. _____ Instituição: _____

Julgamento: _____ Assinatura: _____

Prof. Dr. _____ Instituição: _____

Julgamento: _____ Assinatura: _____

Prof. Dr. _____ Instituição: _____

Julgamento: _____ Assinatura: _____

Em memória à minha gata, Doris – que descansou durante o processo desta dissertação –, com quem dividi quatorze anos de muita amizade e companheirismo, me proporcionando alento e alegria até mesmo em meus piores momentos.

A todas as pesquisadoras mulheres negras, não brancas, e lésbicas, que possamos ter espaço dentro da academia sem tamanho custo psicológico.

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, Maristela e Wellington, que incansavelmente apoiaram, incentivaram e não mediram esforços para que eu pudesse realizar o sonho de fazer o mestrado na USP, mesmo nos momentos mais difíceis desta longa trajetória. Obrigada por todo carinho, cuidado, dedicação, preocupação e por acreditarem em mim. Sem vocês eu realmente não teria conseguido.

Às minhas tias e tios, Roseli, Teresa, Neusa, Luzia, Geraldo, Gilberto, Joaquim e Sisineo, que sempre estiveram ao meu lado como um porto seguro de muito afeto e admiração, e sem os quais meus domingos (e a vida) seriam tristes e cinzentos.

Às minhas amizades (não vou citar uma a uma), que me ajudaram – muitas vezes à distância – a superar inseguranças e dificuldades. Obrigada por confiarem tanto no meu potencial e por me lembrarem a beleza de não estar só.

Ao meu amor, Maria Clara, por ser, acima de tudo, uma grande amiga e parceira. Obrigada por todos os papos, por todos os abraços, por me encorajar sempre a continuar e por passar por essa experiência maluca que é a pós-graduação acadêmica ao meu lado.

Aos meus queridos chefes, Fernando e Adriano, que me acolheram e fizeram de tudo para que eu pudesse assistir às aulas em horário de trabalho, participar de seminários e congressos e conseguir concluir o mestrado.

Ao Grupo de Estudo de Movimentos Sociais, que me valeu momentos de muita troca, aprendizado e acolhimento.

Ao prof. Rafael Grohmann e à profa. Roseli Fígaro, que me ajudaram a dar meus primeiros passos na USP.

Ao Lucas Lago, do projeto 7c0, que ajuda a obter uma base de dados de todos os tweets de Bolsonaro, que infelizmente não foi possível explorar adequadamente nesse momento, e ao professor da Unicamp Rodrigo Esteves de Lima Lopes, pela gentileza na exposição do uso de software para análise de grandes dados, também algo que ficará para momento futuro.

Ao prof. Luiz Roberto Alves e à profa. Tathiana Chicarino pelas bem-vindas

contribuições na banca de qualificação, que foram essenciais para me ajudar a redirecionar melhor o trabalho e conseguir finalizá-lo.

Aos meus banhos de arruda e alecrim, meus chás de espinheira santa e melissa, minha espiritualidade e aos meus ancestrais que me protegem e me guiam diariamente.

E, em especial ao meu orientador, prof. Richard Romancini, que teve abertura para aceitar meu projeto, paciência e didática para instruir uma jovem pesquisadora inexperiente, e principalmente generosidade e resiliência para atravessar períodos de imensa dificuldade, ainda mais agravados pela pandemia. Eu realmente não serei capaz de dimensionar em palavras a minha gratidão por tudo.

RESUMO

Gennari, A. J. de P. (2022). *“Stop the count!”, “Tá OK?”: Populismo de extrema direita em práticas de comunicação política* (Dissertação de Mestrado). Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo.

Uma onda direitista cresceu significativamente no mundo durante a década de 2010 e tomou forma robusta no Brasil na figura do atual presidente, Jair Bolsonaro, que, assumidamente, se identificava como admirador de Donald Trump. Ao longo da campanha presidencial e durante seu governo, o político brasileiro adotou práticas comunicativas similares às do ex-presidente dos Estados Unidos. A dissertação debate a aproximação das práticas comunicacionais desses políticos, que envolvem tanto a inserção de suas figuras na grande mídia tradicional quanto forte utilização de meios digitais, com o desenvolvimento de uma retórica política específica. Busca-se verificar o caráter populista e extremista dos discursos comunicacionais de Trump e Bolsonaro, bem como definir o que é populismo de extrema direita (ou autoritário). Em termos metodológicos, o trabalho realiza uma revisão de literatura sobre a trajetória e comunicação de Trump e Bolsonaro, individual e de forma relacional, com a discussão dos conceitos principais do trabalho: o populismo, o populismo de extrema direita e a relação desses conceitos com a comunicação. Os resultados da análise indicam que os políticos podem ser enquadrados como populistas de extrema direita e que, embora tenham muitas similaridades discursivas, existem diferenças importantes a serem consideradas que demarcam suas personas políticas. Essas diferenças – por exemplo, no modo como eles constroem um contexto de crise para o qual se colocam como solução – estão relacionados a aspectos contextuais e mesmo biográficos de ambos.

Palavras-chave: Política. Extrema Direita. Jair Bolsonaro. Donald Trump. Democracia. Comunicação. Linguagem. Redes sociais.

ABSTRACT

Gennari, A. J. de P. (2022). *"Stop the count!", "Tá OK?": Extreme right-wing populism in political communication practices* (Dissertação de Mestrado). Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo.

Throughout the 2010s, there has been a noticeable rise in the right-wing movement worldwide. The current president of Brazil, Jair Bolsonaro, who has publicly declared himself a fan of Donald Trump, is a strong representation of this wave. The Brazilian politician used former US president-like communication techniques both during the presidential campaign and while in office. The dissertation explores how both politicians approximate their communicational strategies, using a particular political language, which include inserting their figures into mainstream traditional media and making significant use of digital media. It aims to characterize extreme right-wing (or authoritarian) populism as well as the extremist and populist nature of Trump's and Bolsonaro's communicative discourses. In terms of methodology, the work conducts a review of the literature on the communication and trajectory of Trump and Bolsonaro, both separately and in relation to one another, along with a discussion of the central ideas of the work: populism, extreme right populism, and the connection between these ideas and communication. The analysis's findings suggest that the politicians fit the description of far-right populists and that, despite their many discursive similarities, there are significant variances to take into account that clearly define their political identities. They relate to contextual and even biographical aspects of both, such as how they establish a crisis setting for which they present themselves as a solution.

Palavras-chave: Politics. Far Right. Jair Bolsonaro. Donald Trump. Democracy. Communication. Language. Social networks.

Lista de Tabelas

Tabela 1 - Abordagens e definições comuns com relação ao populismo 34
Tabela 2 - Duas abordagens de estudo da comunicação política populista 40
Tabela 3 - Desempenho eleitoral em eleições legislativas de membros da família Bolsonaro 79
Tabela 4 - Dados de três plataformas de mídia social utilizadas pela família Bolsonaro..... 86
Tabela 5 - Presença em plataformas digitais de Trump e Bolsonaro..... 87
Tabela 6 - Dados dos números deputados federais de cada partido na Câmara ao longo dos anos..... 95

Lista de Figuras

Figura 1 - Média de votos para partidos populistas (esq.) e partidos populistas de extrema direita (dir.) na Europa 20
Figura 2 - A presença de Trump como agente da mídia televisiva e digital 56
Figura 3 - Representações de Trump como palhaço na mídia 59
Figura 4 - Capas de jornais noticiando a vitória eleitoral de Trump em 2016 66
Figura 5 - Matérias da revista Veja com Bolsonaro 75
Figura 6 - Votações de Jair Bolsonaro para cargos legislativos 77
Figura 7 - Participações de Jair Bolsonaro na mídia internacional 85
Figura 8 - Apoio à democracia no Brasil (1995-2020) 90
Figura 9 - Relação entre uso de redes sociais e intenção de voto, segundo turno (2018) 92
Figura 10 - Uso do Twitter por Trump (2009-2019) 104
Figura 11 - Tópicos principais dos tweets de Trump e características de cada um 105
Figura 12 - Jornalistas bloqueados por autoridades brasileiras no Twitter, conforme levantamento da Abraji 114
Figura 13 - Tweet de Jair Bolsonaro recusando apoio de grupos supremacistas 116
Figura 14 - Tweets de Jair Bolsonaro que reproduzem notícias da imprensa, com críticas irônicas 117
Figura 15 - Declarações falsas ditas por Jair Bolsonaro, desde junho de 2019 118

Lista de Siglas

AI-5	Ato Institucional nº 5
Aman	Academia Militar Agulhas Negras
ARENA	Aliança Renovadora Nacional
API	Application Programming Interface
CIEx	Centro de Informações do Exército
Cisa	Centro de Informações da Aeronáutica
Coaf	Conselho de Controle de Atividades Financeiras
DEM	Democratas
EsAO	Escola de Aperfeiçoamento de Oficiais
EsPCEx	Escola Preparatória de Cadetes do Exército
EUA	Estados Unidos da América
FGV	Fundação Getúlio Vargas
GAC/PQDT	Grupo de Artilharia de Campanha Paraquedista
GOP	Grand Old Party
KKK	Ku Klux Klan
HGPE	Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral
IME	Instituto Militar de Engenharia
IPTU	Imposto Predial e Territorial Urbano
LGBTQIA+	Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transgênero, Queer, Intersexo, Assexual e outros
MAGA	Make America Great Again
MBL	Movimento Brasil Livre
MS	Mato Grosso do Sul
NOVO	Partido Novo
OMS	Organização Mundial de Saúde
ONG	Organização Não Governamental
PDC	Partido Democrata Cristão
PDS	Partido Democrático Social
PDT	Partido Democrático Trabalhista
PF	Polícia Federal
PFL	Partido da Frente Liberal
PL	Partido Liberal
PMDB	Partido do Movimento Democrático Brasileiro
PODE	Podemos
PP	Partido Progressista
PPB	Partido Progressista Brasileiro
PPR	Partido Progressista Reformador
PIB	Produto Interno Bruto
PR	Partido da República
PRB	Partido Republicano Brasileiro

PSC	Partido Social Cristão
PSD	Partido Social Democrático
PSDB	Partido da Social Democracia Brasileira
PSL	Partido Social Liberal
PT	Partido dos Trabalhadores
PTB	Partido Trabalhista Brasileiro
RDE	Regulamento Disciplinar do Exército
STF	Supremo Tribunal Federal
STM	Superior Tribunal Militar
TSE	Tribunal Superior Eleitoral
VPR	Vanguarda Popular Revolucionária

Sumário

1 INTRODUÇÃO 16
1.1 Estrutura da dissertação 23
2 PROBLEMA, JUSTIFICATIVA, OBJETIVOS E METODOLOGIA DA PESQUISA 25
2.1 Justificativa 26
2.2 Objetivos 29
2.3 Metodologia 30
3 CONCEITOS CENTRAIS DO ESTUDO 32
3.1 Populismo 32
3.2 Populismo e comunicação 40
3.3 Populismo de extrema direita 44
4 TRAJETÓRIA E CONTEXTO DE TRUMP E BOLSONARO 51
4.1 Trajetória e contexto de Trump 51
4.1.1 Rumo à celebridade 52
4.1.2 De personagem a agente midiático 55
4.1.3 Inserção no mundo político 57
4.1.4 Mandato e derrota na tentativa de reeleição 66
4.2 Trajetória e contexto de Bolsonaro 70
4.2.1 Carreira militar 71
4.2.2 Início da carreira política 76
4.2.3 O partido da família 78
4.2.4 Estratégias eleitorais e a mídia 82
4.2.5 Campanha eleitoral, eleição para presidente e governo 88
5 COMUNICAÇÃO POLÍTICA DE TRUMP E BOLSONARO 98
5.1 Comunicação política em Trump 98
5.1.1 *Nós contra eles*: Retórica da exclusão e revisionismo histórico 98
5.1.2 O rei do espetáculo: Trump, mídia e Twitter 102
5.1.3 Estilo político: imaginário e padrões de recrutamento 107
5.2 Comunicação política de Bolsonaro 111
5.2.1 *O incomível*: patrulha ideológica e política do ódio 111
5.2.2 *O imbrochável*: aversão à imprensa e uma mídia para chamar de sua 113
5.2.3 *O imorrível*: o messias, o capitão e o homem do povo 119
6 ESTUDOS COMPARADOS DA COMUNICAÇÃO POLÍTICA DE TRUMP E BOLSONARO 123
6.1. Dimensão ideológica 123
6.2 Dimensão do discurso/linguagem 127

6.3 Dimensão das campanhas 130
6.4 Dimensão da pandemia 133
7. SÍNTESE ANALÍTICA E CONSIDERAÇÕES FINAIS 136
7.1 Trajetória, contexto social e comunicação política 136
7.2 O populismo de extrema direita na comunicação de Trump e Bolsonaro 139
7.3 Considerações finais 142
REFERÊNCIAS 145

1 INTRODUÇÃO

Da mesma forma que muitos desacreditavam que o bilionário e apresentador de televisão Donald Trump conseguiria chegar à presidência dos Estados Unidos (EUA), em 2016, e faziam piadas com seu temperamento intempestivo e falas bombásticas (Juncker, 2019; Rappeport, 2015), no Brasil, a vitória eleitoral de Jair Bolsonaro também foi um evento surpreendente (Nicolau, 2019, 2020), vista até mesmo como *uma moeda que caiu em pé*, ou seja, algo altamente improvável (Moura & Corbellini, 2019). Quando o brasileiro anunciou sua candidatura presidencial, em 2017, houve incredulidade, pois ele era um deputado federal considerado pelos jornalistas que cobriam o Congresso como parte da *cota folclórica* do parlamento, um integrante do *baixo clero*, composto por deputados sem grande poder e prestígio (Oyama, 2020).

Apesar disso, o candidato estadunidense e o brasileiro conseguiram vencer as eleições majoritárias, em seus respectivos países, sendo "catapultados ao poder praticamente da noite para o dia, contra todas as expectativas" (Anderson, 2019, p. 250). A vitória de Trump chocou os peritos em levantamentos eleitorais, analistas e jornalistas políticos (Kennedy et al., 2018), assim como a imprensa mundial (Smith, 2016). O caso de Bolsonaro foi em parte diferente, não apenas por ter vencido o primeiro turno e por ter liderado as pesquisas de intenção de voto, em boa parte da campanha (Gomes, 2019), mas *pela própria vitória de Trump*, que tornou menos inusitada a ascensão de políticos como Bolsonaro.

Por sinal, desde a campanha eleitoral brasileira, o brasileiro era referido como um "Trump dos trópicos" (Shear & Haberman, 2019; Webb & Palmeira, 2018). As semelhanças entre os dois políticos saltam aos olhos, de modo que se pode falar em "claras similaridades entre os fenômenos do 'trumpismo' e do 'bolsonarismo' que não parecem ser mera coincidência. Os marqueteiros de Trump e Bolsonaro investiram fortemente na criação da imagem de um político 'novo'"[1] (Novoselova, 2020, p. 356). A demanda eleitoral pela novidade produziu uma *eleição disruptiva* (Moura & Corbellini, 2019) no Brasil, um qualificativo certamente válido também para o caso de Trump. Aspectos desse tipo estão no centro da indagação central desta dissertação: as semelhanças entre esses políticos e o que está ligado a elas.

---

[1] No original: "there are clearly similarities between the phenomena of 'Trumpism' and 'Bolsonarism' that do not seem to be mere coincidence. Trump's and Bolsonaro's marketers have invested heavily in creating the image of a 'new' politician". Esta e demais traduções, da autora.

Indagações à parte, é certo que Trump e Bolsonaro conseguiram vencer as eleições que disputaram fazendo uso de estratégias similares no discurso populista e no enfoque comunicacional, por meio das redes sociais e do uso de robotização para disparo de *fake news* (Ituassu et al., 2019; Iasulaitis & Vieira, 2019). Em outros aspectos, seus governos também apresentaram semelhanças e aproximações, como na ausência de moderação, no alinhamento, nas relações internacionais, que o presidente brasileiro procurou estabelecer com as políticas trumpistas (Rodrigues, 2019; Vidigal, 2019), bem como numa gestão negacionista da pandemia de Covid-19 (Béland et al., 2021; Carvalho et al., 2021; Costa e Bernardi, 2021; Freitas & Negreiros, 2021; Kakisina, 2022; Millikan, 2020). Alguns autores apontam o trumpismo como uma das fontes do *populismo reacionário* brasileiro, representado pelo atual presidente, junto com o saudosismo do regime militar e um *lulismo às avessas* como modo de construção da liderança política (Cyril-Lynch & Paschoeto-Cassimiro, 2021).

Sem dúvida, as trajetórias políticas de Trump e Bolsonaro se assemelham e exemplificam a importância da mídia na política, de maneira geral, e na carreira dos que conseguem utilizá-la de forma estratégica, em particular. A dimensão comunicacional desses políticos possui aspectos relevantes e significativos, que fazem parte do contexto deste estudo, por dois motivos.

Em primeiro lugar, ambos os casos mostram o deslocamento de poder e influência de um sistema midiático tradicional para outro, que emergiu e tem se consolidado rapidamente. O primeiro sistema é baseado em um número limitado de grandes empresas produtoras de conteúdo, analógico na origem, com transmissão unidirecional de cima para baixo e uma cadeia de *um para muitos*; já o seguinte, nascido digital, é descentralizado e, embora regido por plataformas que possuem também caráter monopolista, suporta a chamada *autocomunicação de massa* (Castells, 2009) ou *interação mediada on-line* (Thompson, 2018). Esse modelo apresenta as possibilidades da comunicação de *muitos para muitos*, do dialogismo, além de custos e barreiras relativas menores do que o anterior. Isso produziu entusiasmo social e acadêmico.

O segundo motivo adicional de interesse em Trump e Bolsonaro está ligado, justamente, à reversão desse entendimento positivo sobre o papel da mídia digital na sociedade. Havia a crença de que o sistema de mídia no qual os meios digitais prevalecem seria capaz de promover alternativas políticas democratizantes e emancipatórias. O uso dessas mídias em mobilizações sociais e políticas, como o movimento espanhol dos *Indignados,* o *Occupy Wall Street,* nos Estados Unidos, e a *Primavera Árabe*, em países do Oriente Médio e do norte da

África, parecia abonar essa perspectiva. A discussão sobre a *cultura da convergência* (Jenkins, 2008), no âmbito dos estudos de comunicação, embora nem sempre direcionada à política, tinha também uma perspectiva positiva das possibilidades de o novo panorama da cultura midiática alterar o modo como as ideias circulam na sociedade. Em movimento crítico e de reflexão similar, nos últimos anos, são propostos novos conceitos como *cultura da conectividade* (Van Djick, 2013) e *capitalismo de* big data (Fuchs, 2021), que apontam para aspectos problemáticos da cultura digital, como a capacidade de vigilância e o poder das plataformas para, por exemplo, direcionar mensagens, excluir conteúdo e usuários.

No entanto, voltando a falar sobre o campo das relações entre mídias e política, ocorreu uma ruptura na tendência que conectava o ativismo mediado por tecnologias digitais com as causas progressistas (Hands, 2011) e as possibilidades de inovação democrática (Loader & Mercea, 2012). Essa percepção, até certo ponto surpreendente para os otimistas, provocou mudanças no tom do debate, com o crescente receio de que a internet "tivesse aberto as portas para um ativismo muito mais sombrio e destrutivo do que se pensava ser possível"[2] (Schradie, 2019, p. x). Em perspectiva similar, Gerbaudo (2019), que estudara os três casos mencionados que fomentaram esperança, comentou:

> nos últimos anos, as mídias sociais parecem ter se tornado na imaginação do público muito mais uma arma para a extrema direita. Notavelmente o Brexit, a eleição de Donald Trump e outras insurgências populistas de direita tiveram um componente de mídia social muito forte. Além disso, percebemos o quanto as plataformas de mídia social são propícias a notícias falsas, culturas políticas extremistas como a alt-right, formas de agressão e violência simbólica de todos os tipos, e como elas encorajam fanáticos que antes eram isolados e marginalizados[3]. (para. 2)

Outro pesquisador observa que a emergência de uma política profundamente relacionada com a mídia digital terminou produzindo "algo muito diferente da ideia de soberania do 'demos' da democracia liberal clássica e radicalmente oposto a epifania democratizadora que ilustres cientistas sociais [como Manuel Castells] profetizaram para a internet" (Lima, 2021, p. 110).

---

[2] No original: "had opened the door to an activism far darker and more destructive than once thought possible".

[3] No original: "in recent years, social media seem to have become in the public imagination much more a weapon for the extreme right. Notably Brexit, the election of Donald Trump and other right-wing populist insurgencies have had a very strong social media component. Furthermore, we have become aware of how much social media platforms are conducive to fake news, extremist political cultures such as the alt-right, forms of aggression and symbolic violence of all sorts, and how they embolden fanatics who were previously isolated and marginalised".

O que ocorreu entre as esperanças libertárias relacionadas à mídia digital e o momento atual, marcado por ceticismo e desilusão, pela popularização de termos como desinformação, filtro bolha, polarização, câmara de eco, *fake news*, manipulação algorítmica e, sobretudo, pela ascensão uma série de líderes políticos autoritários de direita?

A preocupante tendência global de políticos desse tipo que alcançam o poder e que procuram minar, a partir de dentro, as democracias em seus países é uma realidade de nosso tempo. Além de Trump e Bolsonaro, fazem parte desse grupo os primeiros-ministros da Índia, Narendra Modi, e da Hungria, Viktor Orbán, os presidentes da Turquia, Recep Tayyip Erdoğan, e das Filipinas, Rodrigo Duterte, e a lista pode incluir também aqueles que, embora não tenham chegado ao poder, atingem resultados eleitorais expressivos, como a francesa Marine Le Pen, o neerlandês Geert Wilders e o britânico Nigel Farege.

Bolsonaro, vale notar, não é uma excepcionalidade brasileira, no contexto latino-americano. Nas últimas eleições presidenciais do Chile, de 2021, o segundo turno contou com um candidato de extrema direita que, pelos discursos populistas e simpáticos à ditadura de Pinochet, era chamado de "Bolsonaro chileno" (Prado, 2021). Em 2022, nas eleições para a presidência da Colômbia, um *azarão* populista de direita, apelidado pela imprensa de "Trump colombiano" (Carmo, 2022), que realizou uma campanha fortemente ancorada nas redes sociais, também chegou ao segundo turno. Na Colômbia e no Chile, afinal, candidatos de esquerda venceram as eleições, Gustavo Petros e Gabriel Boric, respectivamente. Aqui, é interessante notar que ambos são considerados por parte da imprensa e certos analistas políticos, também, como *populistas*.

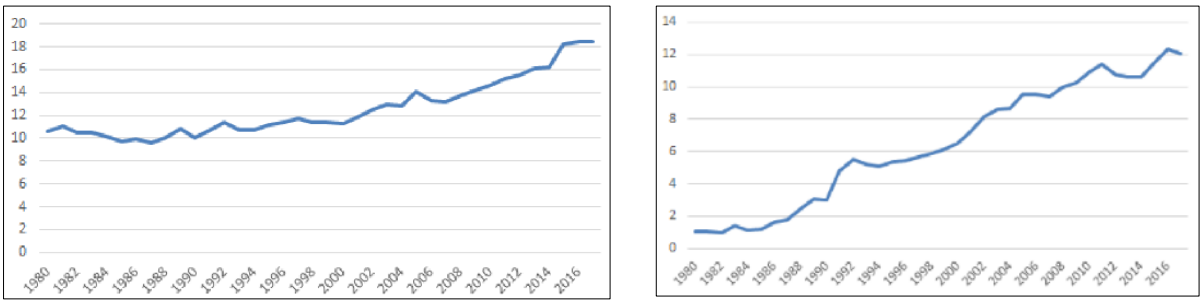
Nessa perspectiva, o trabalho de Larsson Niemi (2022) compara Bolsonaro, já como presidente, e Petros, atuando como político de oposição, para perceber o caráter *excludente* ou *includente* da forma de populismo em cada um deles. A conclusão, a partir da análise de conteúdo da retórica dos dois políticos, é de que o populismo do brasileiro seria excludente e o do colombiano, includente, sendo que as práticas de Bolsonaro poderiam representar uma ameaça à democracia. Da mesma forma, o populismo de Trump é contrastado com o de Bernie Sanders, no trabalho de Macaulay (2019b). Como se discutirá no próximo capítulo, essa compreensão e comparações desse tipo são aceitáveis, de acordo com a conceitualização de *populismo* adotada em determinada investigação.

É possível pensar que os políticos de direita que representem possíveis ameaças à democracia sejam casos isolados, trovões em um céu azul, mas dados de tendência, ao menos para a realidade europeia, indicam o contrário: entre 1980 e 2017, a média de votos dos partidos

populista e dos partidos populistas de extrema direita apresentou contínuo crescimento, no primeiro caso, mais expressivo a partir do início do século atual e, no segundo, desde a década de 1990 (Figura 1).

Figura 1

Média de votos para partidos populistas (esq.) e partidos populistas de extrema direita (dir.) na Europa



Nota. Reproduzido de *Timbro Authoritarian Populism Index 2017*, de A. J. Heinö, 2017, p. 14 e p. 16 (https://bit.ly/3y1th4w).

O questionamento relativo à continuidade desse crescimento e ao sucesso desses políticos, em termos comunicacionais, se complexifica pelo fato de que no *ambiente híbrido de mídia* (Chadwick, 2013) em que vivemos, ou seja, no qual há interconexões, fluxos constantes, entre os meios tradicionais e as novas mídias, esses atores conseguem não apenas contornar, pelo uso da mídia digital, os grandes meios corporativos, mas também se aproveitar deles. A mídia digital favoreceu "a disseminação de inverdades, mentiras explícitas e desinformação. … A distinção entre verdade, fatos, opiniões e mentiras se tornou difusa, possivelmente obsoleta"[4] (Wodak, 2015/2020, capítulo 9, para. 28). Ao mesmo tempo, ela impacta os meios tradicionais.

Como nota Fuchs (2018), sobre o ex-presidente dos Estados Unidos: "No mundo do espetáculo capitalista, a mídia capitalista precisa de Trump, assim como Trump precisa dela. A mídia *mainstream* ajudou a fazer Trump, tanto econômica quanto politicamente"[5] (p. 254). Mas isso também é válido para muitos outros populistas autoritários, como Bolsonaro, que utilizam a mídia em *performances estratégicas* (Wodak, 2015/2020), para capturar a atenção do público. Como observam Pajnik e Meret (2018), existe um processo de midiatização da comunicação política corrente que favorece a *política do espetáculo*, a retórica populista e a propaganda como

[4] No original: "the dissemination of untruth, explicit lies and disinformation. … The distinction between truth, facts, opinions and lies has become blurred, possibly obsolete".

[5] No original: "In the world of the capitalist spectacle, the capitalist media need Trump just like Trump needs media. The mainstream media helped make Trump, both economically and politically".

meios de obter atenção do público. Assim, se Trump foi um apresentador de *reality show* e procurava calcular a repercussão que a mídia tradicional daria a seus tweets, Bolsonaro foi, durante anos, uma atração folclórica em programas popularescos e de humor (Lapper, 2021, capítulo 2; Moura & Corbellini, 2019, capítulo 5; Piaia & Nunes, 2019).

Para o Fuchs (2018), entretanto, seria um *determinismo*, uma simplificação, estabelecer uma causalidade direta entre a disseminação da mídia digital nas sociedades – e seu ambiente midiático mais geral – e a emergência do que chama de *autoritarismo de direita*. Para o autor, que embasa sua análise em uma teoria crítica do autoritarismo influenciada pela Escola de Frankfurt, o impulso dessa mudança política e social decorre de tendências inerentemente autoritárias do capitalismo "que em *situações de crise* [ênfase adicionada] podem ser ativadas quando populistas autoritários ganham voz, visibilidade e forte apoio" [6] (p. 79). As características sistêmicas da crise que o autor indica são também apontadas por outros autores que apontam, em particular, para uma crise de legitimidade política, que mina a democracia e favorece outsiders.

Castells (2018) afirma que a raiz da crise da democracia liberal está ligada à "distância crescente entre a classe política e o conjunto dos cidadãos" (Introdução, para. 3), que faz com haja uma forte percepção de rompimento do vínculo subjetivo entre o que os cidadãos querem e as ações que os políticos fazem – em contextos marcados pela crise econômica sistêmica do capitalismo e as dificuldades sociais decorrentes dela. Os problemas sociais relacionados à crise variam conforme os países e contextos geográficos, incluindo a questão das migrações e terrorismo em alguns – principalmente na Europa e EUA –, violência urbana e narcotráfico – como no Brasil e na América Latina – e estagnação econômica em quase todos. Esse panorama provoca desencanto nas populações, mas também a busca de alternativas, entre elas, as dos políticos populistas que, explorando o sentimento antiestablishment, afirmam ser capazes de estabelecer uma conexão direta com o povo.

Também discorrendo sobre as origens da crise da democracia liberal na atualidade, Mounk (2019) destaca a estagnação econômica mundial como uma das origens da insatisfação:

> O efeito combinado do crescimento reduzido e da aceleração da desigualdade foi a estagnação no padrão de vida de enormes setores da população. A taxa de crescimento ainda pode parecer boa quando medida contra o longo arco da história da humanidade. Medida contra as décadas de pico de estabilidade democrática, é uma queda desastrosa. (capítulo 5, para. 14)

[6] No original: "that in situations of crisis can be activated when authoritarian populists gain voice, visibility and large support".

A mobilidade social se torna mais difícil e a incerteza sobre o futuro, uma preocupação. As sensações medo e de insegurança – ainda que as condições objetivas de determinados indivíduos possam ser acima da média – geram insatisfação e corroem a crença no sistema político. Efeitos da mudança de paradigma na comunicação – como os discutidos – também são percebidos por Mounk (2019), que destaca o fato de que as mídias sociais diminuíram o abismo o abismo tecnológico entre os insiders e os outsiders políticos, desestabilizando as elites governantes no mundo inteiro. Essa é uma hipótese explicativa para a mídia social servir tanto a grupos minoritários de esquerda quanto de direita. Assim, é fato que direção que a mudança poderá ter é variável – movimentos como o Occupy eram progressistas, por exemplo –, mas essa característica de diminuição das barreiras comunicativas acelera o ritmo da mudança, sendo perceptível na ascensão de políticos conservadores e populistas também.

Questões demográficas afetam vários países, em particular no mundo desenvolvimento, produzindo descontentamentos com base em identidades nacionais supostamente ameaçadas pelos imigrantes. Mas as questões de divisão social podem permear outros países, como o Brasil, nas quais grupos minorizados – mulheres, negros, homossexuais, grupos étnicos, por exemplo – passaram a pleitear mais respeito e visibilidade. Essa situação é, por vezes, percebida como uma alteração indesejável do status quo por conservadores que a criticam e promovem o que Norris e Inglehart (2019) chamam de *reação cultural* (cultural backlash). Em resumo, sumarizando as origens da crise da democracia liberal, o autor nota que:

> Houve épocas em que as democracias liberais conseguiram assegurar a seus cidadãos um crescimento muito rápido no padrão de vida. Hoje, isso não é mais possível. Houve épocas em que as elites políticas controlavam os meios de comunicação mais importantes e conseguiam de fato excluir as opiniões radicais da esfera pública. Hoje, outsiders políticos sentem-se livres para espalhar ódio e mentiras. E houve épocas em que a homogeneidade de seus cidadãos — ou pelo menos uma hierarquia racial íngreme — em boa medida explicava o que unia as democracias liberais. Hoje, os cidadãos têm de aprender a viver em uma democracia muito mais igual e diversa. (Mounk, 2019, capítulo 6, para. 73)

A atenção às precondições socioestruturais e às existentes predisposições de determinado contexto para a emergência de políticos populistas ou alternativas não democráticas colaboram para evitar o tecnodeterminismo. Embora "isso não quer dizer que as novas estruturas sociotécnicas são irrelevantes. Elas agem como multiplicadores dos esforços comunicativos"[7] (Krämer, 2020, p. 10), fundamentais para os populistas de direita e outros,

[7] No original: "this is not to say that these new social-technical structures are irrelevant. They act as multipliers of

pois, afinal, eles precisam ganhar suporte social – como, ao seu tempo, entenderam políticos como Hitler e Mussolini (Paxton, 2016), e algo que o argumento de Mounk (2019) destacou. Nesse sentido, é importante entender, tanto as mutações no contexto midiático contemporâneo, bem aproveitadas por esses atores, quanto as práticas específicas de comunicação que dão forma ao seu pensamento, interagindo dialeticamente com a sociedade (Fuchs, 2016).

Ao campo da comunicação cabe, portanto, a análise dos discursos, da linguagem e dos processos comunicacionais que favoreceram, até aqui, a consolidação de uma cultura política ultraconservadora que, em diferentes escalas, busca enfraquecer a democracia, inclusive confrontando ou restringindo um amplo conjunto de liberdades e direitos que pareciam consolidados nas democracias liberais, como a de imprensa, de acesso à informação e à cultura, à educação livre de censura. Qual é o ponto de conexão entre esses discursos conservadores, quais são as ideias que os respaldam e os alimentam, e como eles conseguiram se tornar populares, até mesmo em segmentos juvenis (Dieguez, 2019; Pinheiro-Machado & Scalco, 2018; Nagle, 2017), mulheres em geral (Bachi, 2020) e candidatas (Martins et al., 2021), e em vários outros perfis de apoiadores, no caso do Brasil, do chamado *mito* (Kalil, 2018)? São também processos de discurso, linguagem e comunicação que, por outro lado, podem permitir resistir ou confrontar essa cultura ultraconservadora.

1.1 Estrutura da dissertação

O trabalho foi organizado da seguinte forma: após essa introdução que situa preocupações gerais da investigação, no primeiro capítulo iremos fazer a exposição do problema de pesquisa. Nesse capítulo também é feita uma a apresentação das justificativas, objetivos do trabalho e de sua metodologia.

O segundo capítulo é teórico, e nele são expostos os conceitos centrais do trabalho – o populismo, em sua interface com a comunicação e o populismo de extrema direita ou autoritário. No terceiro, a trajetória e contexto no qual Trump e Bolsonaro surgiram é descrita, propiciando um enquadramento factual e informativo sobre os casos e mostrando como cada um desses políticos lograram sair de posições marginais ao centro do poder de seus respectivos países. No quarto capítulo, a partir de revisão de literatura, com ênfase em aspecto comunicacionais de Trump e Bolsonaro, elabora-se uma síntese da evidência coletiva a respeito deles, para tentar

communicative efforts".

averiguar se é possível compreender esses políticos como populistas e de extrema direita. As características do populismo de extrema direita, elaboradas por Wodak (2015/2020), são utilizadas para entender e enquadrar os dados que a literatura científica aporta e, em última instância, o posicionamento deles em relação ao extremismo.

O quinto capítulo apresenta uma revisão de estudos que comparam Trump e Bolsonaro, com ênfase também na dimensão comunicacional de ambos os políticos. Por fim, as considerações finais buscam elaborar uma discussão de síntese comparativa sobre Trump e Bolsonaro, com base nos estudos prévios e relacionada com o problema de pesquisa.

2 PROBLEMA, JUSTIFICATIVA, OBJETIVOS E METODOLOGIA DA PESQUISA

A elaboração de um problema ou questão de pesquisa que tenha relevância científica para alguma área do saber, capacidade de representar acréscimo ao conhecimento de determinado fenômeno, factibilidade e significado social é um desafio para todo investigador. Geralmente, parte-se de ideias mais gerais, preocupações, em certa medida subjetivas, até se vislumbrar algo mais delimitado, específico e, portanto, passível de aprofundamento (Lopes, 2014). Essa, de fato, foi a trajetória reflexiva desse trabalho, nesse quesito.

O contexto em que se deu o desenvolvimento do estudo foi o da pandemia, que trouxe preocupações relacionadas à sobrevivência pessoal, dos familiares, conhecidos e, enfim, da própria sociedade. Isso teve impactos na forma de estudo na pós-graduação – com grande parte das disciplinas sendo realizada de maneira remota – e, se reflete, na própria dissertação, no desenvolvimento prático e reflexivo do trabalho – por exemplo, com mais tempo de investigação, devido a uma bem-vinda prorrogação de prazos. Desse modo, foi possível repensar a indagação científica central do trabalho, de modo a lhe dar mais especificidade e aderência ao campo de discussão da temática.

O projeto de ingresso no mestrado possuía a preocupação com a realização de uma análise comparada entre Bolsonaro e Trump – o que se mantém –, mas ela era expressa, como no exame de qualificação, em termos excessivamente amplos, ou seja, sintetizada na indagação voltada a perceber *se existem semelhanças entre as retóricas discursivas de Jair Bolsonaro e Donald Trump, além de analisar o contexto global de ascensão do populismo de direita*. Pois bem, durante o intervalo entre a qualificação e a continuidade do processo de pesquisa e redação deste trabalho, houve o conhecimento, por parte da pesquisadora, de diversos estudos que se voltam à comunicação e que já efetuam análise comparadas, sobre diferentes dimensões, entre Bolsonaro e Trump, inclusive vários de publicação recente. Isso é sinal da atualidade e interesse do tema e de seus contínuos desdobramentos.

Então, descartou-se a ideia de realizar um estudo empírico, e centralizarmos os esforços numa síntese bibliográfica desse conhecimento, que nos permita, ao mesmo tempo, responder indagações teóricas que são desenvolvidas no trabalho.

Desse modo, é perceptível que a questão problema inicial – *se existem semelhanças entre as retóricas discursivas de Jair Bolsonaro e Donald Trump, além de analisar o contexto global de ascensão do populismo de direita* – possui, particularmente na parte inicial da

indagação, a deficiência de já ser respondida pela evidência coletiva provida por esses trabalhos que será apresentada. Em outras palavras, há muitas semelhanças discursivas entre Trump e Bolsonaro já indicadas pelas investigações existentes, mas que nos propomos aqui a sintetizar. Assim, avaliamos que a comparação, particularmente entre as estratégias comunicacionais utilizadas por esses políticos, continua válida e relevante – como a justificativa irá discutir. Mas é necessário, também, dar outra expressão, mais específica e articulada ao estado do conhecimento, ao problema. Verifica-se que o aprofundamento comparado na natureza do *populismo* desses líderes seria algo mais original e, assim, sintetizamos nosso problema na seguinte questão:

Trump e Bolsonaro podem ser caracterizados, em particular quanto às práticas comunicativas, como populistas – eventualmente de extrema direita – por quê?

Essa caracterização é fortemente sugerida pelos estudos prévios, discutidos no trabalho, no entanto, essa formulação do problema coloca mais ênfase no *como* e no conceito de *populismo* que, portanto, será discutido no capítulo teórico da dissertação, da mesma forma – agora uma efetiva novidade da proposta – na averiguação, sugerida pela literatura, do caráter extremista da forma comunicacional desses políticos. Nesse caso, a noção de *extrema direita* deverá ser discutida em termos conceituais.

2.1 Justificativa

Uma justificativa relevante para o estudo comparado de Trump e Bolsonaro é que, no discutido contexto da crise da democracia, a emergência de ambos tende a ser vista como uma variação sobre um mesmo tema, como pontua de Albuquerque (2021). Isso, entretanto, é problemático, como nota o autor, pois

> assume que é possível explicar características fundamentais da política brasileira em referência à dinâmica política dos Estados Unidos. Essa noção é etnocêntrica e simplista. É etnocêntrica porque implica que o Brasil é uma sociedade de segunda classe, que só faz sentido em referência a um significante primário (os Estados Unidos). É simplista porque desconsidera o papel dos contextos domésticos que tornaram possível a ascensão de Bolsonaro à presidência do Brasil. Não há dúvida de que os Estados Unidos exercem um grau significativo de influência sobre a política brasileira. No entanto, os dois países diferem muito em seus sistemas políticos e sua história[8]. (p. 130)

[8] No original: "takes for granted that it is possible to explain fundamental characteristics of Brazilian politics in reference to political dynamics in the United States. This notion is ethnocentric and simplistic. It is ethnocentric because it implies that Brazil is a second-order society, which only makes sense in reference to a primary signifier (the United States). It is simplistic because it disregards the role of domestic contexts that made it possible for Bolsonaro to ascend to Brazil's presidency. There is no doubt that the United States exerts a significant degree of

Desse modo, o estudo comparado deve procurar entender não somente as similaridades entre políticos como Trump e Bolsonaro, mas também as diferenças e o que explica essas características – no nosso caso, com ênfase nas questões comunicacionais. Por isso, é importante a atenção aos contextos individuais e sociais que estão ligados ao surgimento, desenvolvimento e forma de atuação desses políticos.

Outro aspecto que justifica o estudo é que, na medida em que o populismo autoritário com frequência produz violência contra os grupos que estigmatiza e tende a ameaçar a democracia e os valores democráticos (Kellner, 2021), compreendê-lo é uma tarefa importante para as ciências sociais, incluindo as ciências da comunicação. Além disso, o populismo em suas versões mais extremas tende a alterar a agenda pública e afetar o modo como certos aspectos e problemas sociais são vistos. Na Europa, a caracterização, feita pelos populistas de direita, dos partidos social-democratas como de *extrema esquerda* (Wodak, 2015/2020) e as reiteradas declarações de Bolsonaro, no Brasil, de que as organizações não governamentais (ONG) ambientalistas atuam como inimigas do progresso brasileiro, minando a soberania nacional e até mesmo provocando crimes ambientais (de Andrade, 2020; Lindner, 2019), são exemplos disso. Desse modo, as plataformas de outros partidos e políticos, assim como os termos da discussão pública, tendem também a serem afetados (Schwörer, 2021).

Embora alguns autores interpretem a onda populista mundial como "uma resposta iliberal democrática ao liberalismo não democrático"[9] (Mudde, 2015, para. 8), sendo, portanto, menos um ataque à democracia do que uma tentativa de a corrigir, há no populismo uma tensão entre a demanda por democracia e o constitucionalismo, isto é, "uma visão legalista da política preocupada com a defesa das instituições e da lei e da ordem …. O populismo, ao contrário, enfatiza a soberania popular e defende formas de intervenção direta dos cidadãos nas decisões que os afetam"[10] (Gerbaudo, 2014, p. 72).

O potencial de dano a perspectivas sociais pluralistas e à própria democracia que esse tipo de posicionamento possui, muitas vezes, é destacado por vários autores, como Galston (2018) e Just e Crigler (2020). Como sintetiza Gomes (2019),

> ao contrário do que muita gente imagina, as democracias contemporâneas não são ameaçadas apenas por golpes militares e civis que escancaram a ruptura com o poder

---

influence over Brazilian politics. However, the two countries differ greatly in their political systems and history".

[9] No original: "an illiberal democratic response to undemocratic liberalism".

[10] No original: "a legalistic vision of politics concerned with the defence of institutions and law and order …. Populism instead puts stress on popular sovereignty, and advocates for forms of direct intervention of the citizenry in the decisions affecting them".

> legítimo. Há outros tipos de ataques à democracia, que podem assumir a forma de deposições legais, como no impeachment, ou mesmo serem conduzidos por governantes eleitos, que por dentro das instituições e de modo legal "matam" o pluralismo político, a liberdade de expressão, a diversidade social, os direitos humanos etc., liquidando o que de mais caro os valores democráticos sustentam. (para. 14)

Levitsky e Ziblatt (2018), em perspectiva similar, apontam que o enfraquecimento da democracia pode ocorrer de forma vagarosa e muitas vezes até mesmo legitimado por processos legais, como atitudes do então presidente Trump indicaram, conforma a análise dos autores. Bolsonaro não foi abordado no livro, mas, depois, o primeiro autor escreveu um artigo no qual classifica o brasileiro como um político autoritário, assim como Trump (Levitsky, 2018).

Os quatro sinais de alertas descritos por Levitsky e Ziblatt (2018) para ajudar a reconhecer um líder autoritário – rejeição, em palavras e ações, às regras democráticas do jogo; negação da legitimidade dos oponentes; tolerância e encorajamento ao uso da violência; e dar indicações de disposição para restringir as liberdades civis dos oponentes, inclusive a mídia – se ajustam, de fato, a muitos pronunciamentos e manifestações de Trump e Bolsonaro. Sobre o presidente brasileiro, uma avaliação mais incisiva ainda é feita por um historiador do fascismo e do populismo, que nota:

> Vista desde o exterior, a deriva autoritária bolsonarista causa perplexidade e preocupação. Como um país tão avançado como o Brasil, um exemplo para o restante da América Latina, até pouco tempo atrás um líder em diversidade, justiça social, cultura e saúde, pôde produzir um engendro que é a antítese de todas essas virtudes democráticas? (Finchelstein, 2021, para. 1)

Um dos principais riscos dos políticos com pendor autoritário é que suas formulações violentas podem se tornam atitudes e ações. Assim, no dia 6 de janeiro de 2021, uma multidão de apoiadores de Trump invadiram o Capitólio dos Estados Unidos, sede do Senado e da Câmara estadunidense em Washington, num misto de tumulto e tentativa de golpe de estado para impedir que o democrata Joe Biden, vencedor do pleito, fosse proclamado presidente. A situação, surpreendente e constrangedora, para um país que se orgulha da solidez de suas instituições democráticas, tinha sido insuflada por uma retórica maliciosa difundida por Trump, principalmente por seu canal de Twitter, insinuando que haveria algum tipo de trapaça na apuração dos votos, e por isso pedia: "*Stop the count!*" (parem a contagem).

Após várias horas de tumulto, a situação voltou ao normal – com a perda de cinco vidas – e Trump acabou deixando a presidência, embora mantendo um discurso ambíguo sobre o resultado da eleição ("Após Invasão", 2021). Bolsonaro, por sua vez, acompanhou o discurso de fraude eleitoral de Trump, ainda que não houvesse nenhuma prova, e só reconheceu a vitória

de Biden trinta e oito dias após a eleição. O Brasil foi o último país do G20 a fazer isso (Amado, 2022). Ao mesmo tempo, desde antes de sua eleição para presidente, em 2018, Bolsonaro difunde desinformações e críticas ao sistema eleitoral brasileiro, no que parece ser uma imitação de Trump, que tinha o mesmo comportamento, só deixando de criticar o sistema depois de sua vitória, em 2016 (Alessi & Marreiro, 2018). Agora, atrás em várias pesquisas eleitorais para a eleição de 2022, o presidente brasileiro mantém o padrão crítico e insinua não aceitar o resultado do pleito (Holanda, 2022; Nascimento, 2021).

Trump está, no momento, fora da Casa Branca, mas preservou considerável influência no Partido Republicano e apoio de parte da população dos EUA, por isso, cogita nova candidatura presidencial (Péchy, 2022). É válido notar, porém, que ele é beneficiado pelo sistema partidário estadunidense, na prática, bipartidário, uma vez que soube aproveitar uma tendência populista que estava na base e na margem do Partido Republicando e reposicioná-la como dominante (White, 2016). Já Bolsonaro, com vários reveses em seu mandato – como as questões da carestia e da inflação e da criticada gestão da pandemia, por exemplo (Miúra, 2022) –, não lidera as pesquisas eleitorais para a disputa presidencial, mas continua com significativo número de apoiadores fiéis, cerca de um quarto do eleitorado (Casado, 2021). Esses fatos mostram a força e resiliência do populismo autoritário desses políticos, cujas razões merecem ser estudadas – com atenção específica ao que eventualmente os diferencia e distingue.

2.2 Objetivos

A questão problema do trabalho se desdobra no seguinte *objetivo geral*: 1) Estudar e compreender as estratégias comunicacionais do atual presidente brasileiro Jair Bolsonaro e do ex-presidente dos Estados Unidos, Donald Trump, situando-as nos contextos de emergências desses políticos e percebendo a relação desses discursos com o populismo e, também, com a extrema direita. Ao mesmo tempo, iremos ter alguns objetivos específicos, que são os seguintes:

- Entender o que é populismo, o populismo de extrema direita (ou autoritário) e sua relação com a comunicação;
- Analisar dimensões relevantes das trajetórias e dos contextos desses políticos que favoreceram a ascensão desses políticos, evidenciando aspectos de semelhança e diferenças entre eles;
- Estudar e sintetizar o conhecimento científico a respeito da comunicação política efetuada por Trump e Bolsonaro;

- Compreender o aporte das discussões comparadas sobre a comunicação de Trump e Bolsonaro de modo a analisar, sob o marco teórico do trabalho, a dimensão comunicativa de ambos.

2.3 Metodologia

Para realizar o estudo comparativo entre Trump e Bolsonaro, buscamos conceituar teoricamente os estudos da comunicação política e a discussão do populismo, de modo que isso ampare a discussão, também com base em diferentes fontes bibliográficas, sobre as trajetórias e contextos de ambos os políticos. As revisões bibliográficas dos estudos específicos sobre a comunicação de Trump e Bolsonaro foram feitas após contínuas consultas a bases de dados científicas, assim como pela verificação das listas de referências dos próprios trabalhos.

Após elaborar os conceitos teóricos centrais do estudo, dividimos as revisões bibliográficas em três partes: a primeira, no capítulo 3 ("Trajetória e Contexto de Trump e Bolsonaro"), tem como objetivo descrever a trajetória e o contexto social-político de Trump e Bolsonaro; a segunda, no capítulo 4 ("Comunicação Política de Trump e Bolsonaro"), efetua uma revisão de literatura sobre as características individuais da comunicação e linguagem de ambos políticos; e a terceira, no capítulo 5 ("Estudos Comparados da Comunicação Política de Trump e Bolsonaro"), revisa trabalhos recentes que comparam as duas figuras políticas em diferentes períodos de suas vidas, que optamos por dividir nas dimensões ideológica, do discurso/linguagem, das campanhas presidenciais e da pandemia.

A partir da discussão de Wodak (2015/2020) sobre o populismo de extrema direita, procuramos verificar e discutir a questão central de pesquisa, utilizando categorias analíticas sugeridas pela autora. Elas são, conforme se irá discutir:

1. Autorrepresentação como representante *do povo*;
2. Imaginário político próprio;
3. Construção de novas divisões sociais;
4. Utilização de performances estratégicas nos meios tradicionais e amplo uso de mídia social própria;
5. Alteração na autorrepresentação, assumindo postura mais próxima dos políticos profissionais;
6. Foco no carisma do líder e estrutura hierárquica de poder partidário;
7. Anti-intelectualismo e *arrogância da ignorância*;

8. Ênfase em *valores familiares*;
9. Conquista do poder não modera a retórica e o estilo dos políticos.

Em sua obra *Pesquisa em Comunicação* (2014), Lopes apresenta um modelo metodológico da pesquisa em comunicação – que ela explica como sendo para indicar a teorização da prática da pesquisa científica, realizado por meio dos níveis (epistemológico, teórico, metódico e técnico) e fases (objeto, observação, descrição e interpretação) propostos pela autora. Diferente do que ela conceitua como "Metodologia *na* pesquisa, usada para indicar o trabalho com os métodos empregados" (p. 93). A metodologia desse trabalho, portanto, foi fundamentalmente bibliográfica. Como notamos, anteriormente, foi possível observar forte crescimento na produção de estudos sobre ambos os políticos, o que nos fez optar por essa abordagem, sem a feitura de pesquisa de materialidade empírica desses políticos. Desse modo, efetuamos descrições históricas e discussões teóricas, a fim de desenvolver, de maneira mais sistemática, a comparação entre práticas comunicacionais, associados a determinados contextos, desses políticos.

3 CONCEITOS CENTRAIS DO ESTUDO

Há dois conceitos centrais à dissertação: o de *populismo*, o de *populismo de extrema direita* ou *autoritário* – sendo que eles possuem uma ligação com as discussões sobre a dimensão comunicacional desses termos, que deve também ser apreendida. Nesse capítulo, iremos discutir esses aspectos nos tópicos seguintes, na perspectiva de apontar, sinteticamente, o estado de debate sobre essas questões, ao mesmo tempo que tendo a preocupação de desenvolver dimensões desses conceitos que possam ser contrastadas com a discussão da literatura científica sobre os casos de Trump e de Bolsonaro e operacionalizadas na discussão comparativa final.

3.1 Populismo

A afirmação que o *populismo* é um termo *esquivo*, de difícil apreensão teórica, é um cliché nas discussões acadêmicas que buscam discutir esse conceito. Outras dificuldades podem ser acrescentadas a essa: o populismo pode servir para agrupar manifestações políticas muito distintas, como o chavismo venezuelano, o regime de Órban na Hungria ou o partido espanhol Podemos, e o caráter duvidoso ou questionável do termo é reforçado pelo fato de que, muitas vezes, "só serve para estigmatizar adversários ou legitimar sob um novo termo a antiga reivindicação de superioridade dos poderosos e instruídos sobre as classes populares consideradas sempre inclinadas a se transformar em plebe governada por paixões mórbidas"[11] (Rosanvallon, 2020, Introduction, para. 1). Em perspectiva similar, Rancière (2014) nota que "Populismo é o nome cômodo com que se dissimula a contradição entre legitimidade popular e científica, a dificuldade do governo da ciência para aceitar as manifestações da democracia" (pp. 101-102).

Nesse sentido, Rosanvallon (2020) indaga se não seria melhor abandonar de vez o termo. Mas reflete que há duas razões que podem justificá-lo, em primeiro lugar,

> porque provou ser inescapável em sua própria confusão. Se ficou na boca de todos … é também porque respondeu, ao mesmo tempo vaga e urgentemente, à percebida necessidade de usar uma nova linguagem para descrever uma dimensão sem precedentes do ciclo político que se abriu na virada do século XXI; e que até agora não teve nenhum

[11] No original: "sert souvent qu'à stigmatiser des adversaires ou à légitimer sous un nouveau vocable la vieille prétention à la supériorité des puissants et des instruits sur des classes populaires jugées toujours enclines à se muer en une plèbe gouvernée par de funestes passions".

concorrente nessa função[12]. (Introduction, para. 2)

Esse ciclo político – que se relaciona a questões discutidas na Introdução –, como nota o autor, é também ambíguo, sendo interpretado por alguns como caracterizado pela forte expectativa social na revitalização do projeto democrático, enquanto outros alertam sobre as tendências desestabilizadoras à democracia que ele apresenta. De qualquer modo, a resiliência do termo *populismo* pode ser vista como um sinal de sua vitalidade e relevância (Moffitt, 2016).

O segundo ponto que pode justificar a reflexão e o uso do conceito de populismo é o fato de que o termo passou a ser reivindicado em uma autodeclaração orgulhosa, por muito políticos, inclusive de esquerda – como o francês Jean-Luc Mélenchon e o britânico Jeremy Corbyn (Demata, 2020). Nesse sentido, alguns teóricos discutem até mesmo a necessidade de um *populismo de esquerda*, como Fraser (2019) e Mouffe (2020) – que vê o populismo como um meio do *povo* confrontar as *oligarquias* – validando o termo. Em outras palavras, como sintetiza Rosanvallon (2020), o populismo deve ser entendido como uma resposta a problemas contemporâneos. Não por acaso, fala-se tanto num contemporâneo *zeitgeist populista* (Mudde, 2004) quanto num *momento populista* (Mouffe, 2020).

Dito isso, na sequência, iremos apresentar definições e entendimentos que o campo acadêmico tem produzido sobre o populismo. O objetivo não é realizar uma discussão que regresse à gênese histórica do conceito – que, numa tradição longínqua, pode ser localizado a partir da Grécia antiga, passa por Marat e a Revolução Francesa, e adquire contornos mais atuais no final do século XIX na Rússia e nos Estados Unidos (Pelinka, 2018). Também não se tem a pretensão de acompanhar, no todo, o que se discute atualmente, nesse caso, a explicação é que, como indica Schwörer (2021), a literatura sobre o tema apresenta, nos últimos anos, expressivo crescimento [13]. Entretanto, será possível elencar dimensões relevantes que promovem articulações entre a noção de *populismo* com a *comunicação*.

É interessante notar que o modo como o populismo é enquadrado depende da posição e interesses do analista, assim, uma cientista política como Norris (2020) distingue e caracteriza três perspectivas principais sobre o tema – o populismo como *ideologia*, como *conjunto de*

---

[12] No original: "parce qu'il s'est avéré de fait incontournable dans sa confusion même. S'il est resté sur toutes les lèvres … c'est aussi parce qu'il a répondu, de façon vague et pressante à la fois, au besoin ressenti d'utiliser un nouveau langage pour qualifier une dimension inédite du cycle politique qui s'est ouvert au tournant du XXIe siècle; et qu'il n'a eu jusqu'à présent aucun compétiteur dans cette fonction".

[13] A partir de um levantamento na base de dados Scopus, o autor mostra que, em 2010, foram localizados, a partir do termo de busca *populis** para o título ou resumo, cerca de 100 trabalhos; em 2018, esse número passou para mais de 800.

ideias e como *retórica* –, enquanto pesquisadores da comunicação, como Engesser et al. (2017) e Krämer (2020), apontam, respectivamente, três e quatro abordagens – *ideologia*, *discurso* (apenas Krämer, 2020), *estilo* e *estratégia*. As três últimas são mais utilizadas pelos estudos da comunicação, que "obviamente enfatizam este aspecto (num grau que pode ser excessivamente midiacêntrico), [enquanto] grande parte da literatura, notadamente em ciência política e sociologia, negligencia o aspecto comunicativo do populismo ou o aborda em um nível muito abstrato"[14] (p. 11). Na Tabela 1, é mostrada uma síntese das abordagens e características das definições dos autores mencionados, que serão descritas a seguir.

Tabela 1
Abordagens e definições comuns com relação ao populismo

Autores/ Características	Norris (2020)	Engesser et al. (2017)	Krämer (2020)	Características
Abordagens para definição	Ideologia	Ideologia	Ideologia	Povo-centrismo Antagonismo: *povo* versus *elites* Política como expressão da vontade geral Antielitismo Soberania popular Homogeneidade do povo
	Conjunto de ideias			
	Retórica		Discurso	Elaboração discursiva do *povo* e de seu *inimigo*
		Estilo	Estilo	Simplificação, emocionalidade e negatividade
		Estratégia	Estratégia	Poder, legitimidade e mobilização

Nota. Elaboração da autora a partir dos estudos mencionados.

Para Engesser et al. (2017), a variedade de definições se relaciona a ênfases em diferentes aspectos do populismo, notando que os investigadores que adotam o enfoque *ideológico* se interessam mais pelo conteúdo que é comunicado (o quê), os que se voltam ao *estilo* destacam a *forma* da comunicação (como), e a abordagem voltada à *estratégia* refere-se ao populismo como meio para um fim, destacando os *motivos e objetivos* da comunicação populista (por quê?). Sob todas essas abordagens existe ainda a preocupação com o emissor (quem) da prática comunicativa populista. Essas abordagens, como notam os autores, não se excluem mutuamente, sendo que, por vezes, como no caso da retórica/discurso e do estilo, se inter-relacionam.

[14] No original: "obviously emphasizes this aspect (to the degree that it can be overly mediacentric), large parts of the literature, notably in political science and sociology, neglect the communicative aspect of populism or address it at a very abstract level".

Apesar de diferenciações, as definições dos autores arrolados, para categorias similares, são parecidas. Assim, o populismo como *ideologia* – no sentido mais geral do termo, como linhagem de pensamento, e não como *falsa consciência*, por exemplo – o define como uma orientação política distinta. Do mesmo modo que o *socialismo* e o *liberalismo*, ele seria uma ideologia que elabora interpretações do mundo e oferece direcionamentos de ação. Há consenso entre diferentes autores que a noção de *povo* é central ao populismo, e uma definição ideológica influente é a de Mudde (2004), segundo a qual o populismo é uma "*ideologia que considera a sociedade, em última instância, separada em dois grupos homogêneos e antagonistas, 'o povo puro' versus 'a elite corrupta' e que defende que a política deve ser uma expressão da* volonté générale *(vontade geral) do povo*"[15] (p. 543).

A principal crítica a essa abordagem está no fato de que falta ao populismo um núcleo doutrinário e teórico, bem como prescrições de ação coerentes. O populismo é visto mais como responsável por estratégias e comportamentos específicos do que por uma perspectiva programática clara e coerente (Pelinka, 2013). Por isso, alguns autores nuançam essa perspectiva, falando numa *ideologia enxuta* (*thin ideology*) que pode se combinar a outras ideologias, para adquirir conteúdo mais substantivo. É notável, por exemplo, que Bolsonaro a inserção do neoliberalismo, a ideologia de estado mínimo, efetuada por Bolsonaro em sua plataforma política (Boito, 2020; Casara, 2020; da Silva & Rodrigues, 2021). Para Mudde e Kaltwasser (2017), o populismo seria, por isso, uma ideologia *porosa*, capaz de incorporar e se adaptar a outras ideologias. Os autores citados, detalham a definição anterior de Mudde (2004), identificando o *povo*, a *elite* e a *vontade geral* como os conceitos centrais do populismo. O *povo* pode ser identificado de três maneiras diferentes: como o *líder supremo*, como o *povo comum* ou como a *nação*. Já a *elite* remete aos grupos que têm algum tipo de poder nas sociedades: econômico, político, midiático, artístico, entre outros. A idealização da vontade geral faz com que muitos populistas apoiem mecanismos de democracia direta, como plebiscitos e referendos.

Krämer (2020) apresenta visão semelhante do populismo como ideologia, observando que ele, tipicamente, combina elementos de antielitismo, povo-centrismo ou soberania popular, homogeneidade do povo, com frequente exclusão das pessoas percebidas como não pertencentes a ele. Aspectos desse tipo, para Noris (2020), conformariam mais um conjunto de ideias, num enfoque *ideacional* sobre o populismo, do que uma ideologia em sentido estrito.

[15] No original: "*ideology that considers society to be ultimately separated into two homogeneous and antagonistic groups, 'the pure people' versus 'the corrupt elite,' and which argues that politics should be an expression of the* volonté générale *(general will) of the people*".

Como a autora reconhece, entre o enfoque ideológico e esse que ela chama de ideacional existe proximidade, no entanto, essa distinção destaca o teor minimalista do populismo, que teria como dimensão central uma visão maniqueísta sobre a política, que é vista como uma luta entre a vontade popular e as elites corruptas, descompromissadas com o *povo*. O ponto fraco dessa abordagem é que outras ideologias políticas também adotam posições dualistas, como Estado/livre mercado no liberalismo ou burguesia/proletariado no marxismo. Também questionável é a unidade, suposta por essa perspectiva, entre ideias e ação, pois nem sempre as propostas antiestablishment e pró-povo dos populistas têm desdobramento, sendo, por vezes, apenas motes de campanhas.

De qualquer modo, tanto a abordagem ideológica quanto a ideacional servem para avaliar tipos de populismo, conforme atitudes e comunicações em diferentes âmbitos e níveis: indivíduos, grupos, partidos políticos, instituições de mídia etc. "Uma lista clara e predefinida de elementos ideológicos torna o populismo fácil de mensurar de forma confiável e comparável por meio de pesquisas e análises de conteúdo"[16] (Krämer, 2020, p. 12). Desse modo, esse tipo de abordagem é comum na análise de programas partidários, discursos de lideranças políticas, análises sobre preferências de eleitores e de coberturas dos meios de comunicação, entre outros tipos de pesquisa.

O populismo sobretudo como forma *retórica*, nos termos de Norris (2020), se associa ao que Krämer (2020) entende como *discurso*, e não por acaso a primeira autora também utiliza esse termo, praticamente de maneira intercambiável, com o primeiro. Ambos os autores remetem essa perspectiva à reflexão de Laclau, particularmente ao livro *A Razão Populista* (2005/2013), na qual o populismo é visto pelo autor como uma *lógica política* transversal, que pode ser utilizada tanto por atores de direita quanto de esquerda. A característica central dessa lógica é que ela que diz respeito à formação de uma identidade política – o *povo* – elaborada discursivamente a partir de diferentes formas de articulação. O povo mobilizado pelos discursos populistas "nunca é um dado primário, mas uma construção – o discurso populista não *expressa* simplesmente algum tipo de identidade popular original; na verdade a *constitui*"[17] (Laclau, 2005, p. 48). Na primeira parte do livro mencionado, Laclau faz uma distinção entre *multidão* e *público* e nota que a primeira noção era desconhecida dos antigos e na Idade Média, sendo

[16] No original: "A clear and predefined list of ideological elements makes populism easy to measure reliably and comparably by means of surveys and content analyses".

[17] No original: "is never a primary datum but a construct – populist discourse does not simply *express* some kind of original popular identity; it actually *constitutes* the latter".

que foram os meios de comunicação – como a imprensa – que começaram a produzir públicos. Desse modo, "o populismo não pode ser dissociado da mídia que serve para construir não multidões, mas públicos ou um público específico"[18] (Macaulay, 2019a, p. 8).

De acordo com Laclau (2005/2013), a constituição da identidade do povo é realizada quando uma *cadeia de equivalência* é construída a partir de um conjunto de demandas, sendo que uma delas passa a atuar como *significante vazio*, condensando todas as demais e, ao mesmo tempo, sendo *preenchida* de diferentes maneiras pelos indivíduos. Para dar exemplos, na análise do populismo de Bolsonaro, durante a campanha, Parzianello (2020) defende que a noção de *segurança* cumpriu esse papel. Ela teria sido entendida por parte do eleitorado como ligada à segurança pública, por outros relacionada à economia ou contra a esquerda etc. O conhecido slogan da campanha de Trump, "*Make America Great Again*"[19], também sintetizou apelos por mudança, que podiam ser lidos de diferentes formas, funcionando como a noção referida (Macaulay, 2019a).

Enfim, numa abordagem retórica – nos termos de Laclau, uma *lógica* – do político populista, este recorre a um apelo ao *povo* como a totalidade da comunidade política que é elaborada discursivamente. O populismo é, assim, percebido como uma atuação dramática – sem necessariamente possuir conexões com a prática, uma vez que a retórica é, por definição, uma forma de comunicação, um discurso que visa alcançar o convencimento de seu público.

A abordagem retórica, na proposta de Norris (2020), está preocupada com a construção e o estilo dos argumentos, sendo que esses consistem geralmente de ideias, como as já apresentadas, de que a política é uma disputa moral entre bons (o povo) e maus (as elites) ou de que os políticos devem seguir a vontade popular. Nesse sentido, a abordagem discursiva ou retórica pode ser aproximada da abordagem do populismo como *estilo*, de acordo com Krämer (2020). A abordagem estilística, inclusive, também pode correr o risco de sobrevalorizar a forma e a manifestação de políticas, em contraste com sua implementação, conforme Krämer

[18] No original: "Populism cannot be divorced from the media which serves to construct not crowds, but publics or a specific public".

[19] Esse slogan remete a fala, em um discurso de 1950, da então jovem deputada conservadora britânica Margareth H. Roberts – mais tarde, conhecida como Margareth Thatcher – que criticava os governos trabalhistas, dizendo ter chegado a "hora de fazer a Grã-Bretanha grande de novo" (*time to make Great Britain great again*) (Mounk, 2016). Além disso, na campanha presidencial de Ronald Reagan, a expressão "*Let's make America great again*" foi estampada em pôsteres e broches (Taibbi, 2015). A capacidade de Trump de reciclar palavras de ordem conservadoras se repetiu na campanha de 2020, quando popularizou a frase "Retomar nosso país" (Take back our country), que lembrava o lema dos partidários do Brexit, mas também ressoa uma antiga teoria de conspiração conservadora, a teoria da substituição (*replacement theory*), para insinuar que os democratas, se vencessem a eleição presidencial, iriam acolher refugiados de maneira massiva (Zaru, 2022).

(2020). Para esse autor, a diluição de fronteiras entre retórica e estilo é comum principalmente quando há a adoção de uma ideia mais abstrata relacionada ao segundo termo, como uma lógica ou prática política geral.

Engesser et al. (2017), entretanto, estabelecem uma distinção a respeito da especificidade da abordagem estilística. Assim, exemplificam, notando que é possível entender o antagonismo como uma característica ideológica do populismo, mas reconhecendo que "é uma decisão estilística apresentar esse antagonismo de maneira simples ou elaborada, em um tom racional ou emocional, ou em uma luz positiva ou negativa"[20] (p. 1285). De maneira similar, Moffitt (2016), nota que há certa

> sobreposição entre a abordagem do estilo político e a discursiva, na ênfase desse estilo político nas marcas performativas em uma série de características discursivas, como o uso da linguagem, a fala, os textos escritos e assim por diante. No entanto, o estilo político também vai além dessas características, assumindo elementos da estética e performativos que a abordagem discursiva não leva em conta, incluindo as imagens, a autoapresentação, a linguagem corporal, o design e a "encenação". Há uma distinção clara aqui: enquanto as abordagens discursivas se concentram principalmente no "conteúdo" discursivo e têm uma tendência a deixar de lado as formas como este "conteúdo" é apresentado, enquadrado, encenado, desempenhado ou transmitido, a abordagem do estilo político é sensível a ambas as características[21]. (capítulo 3, para. 32)

Engesser et al. (2017) avançam a discussão, notando que existem diversas características estilísticas que a literatura tem apontado a respeito do populismo, entre elas, a simplificação, a emocionalidade, a negatividade, a dramatização, a polarização, o moralismo e a linguagem coloquial e vulgar. Destacando as três primeiras, os autores notam que os populistas com frequência reduzem a complexidade dos problemas e tendem a retratar a realidade como algo sem nuances, numa linguagem simples (*simplificação*). Eles também enfatizam as emoções, em particular os sentimentos de raiva, medo e ressentimento, sendo que as emoções negativas são dirigidas às elites e as positivas, como a esperança, sendo projetadas no líder (*emocionalidade*). O populismo tende a retratar o mundo como em estado de *crise*, observando

[20] No original: "it is a stylistic decision to present this antagonism in a simple or an elaborate manner, in a rational or an emotional tone, or in a positive or a negative light".

[21] No original: "overlap between the political style approach and discursive approach, in that political style's focus on the performative folds in a number of discursive features, such as use of language, speech, written texts and so forth. However, political style also moves beyond these features, taking in aesthetic and performative elements that the discursive approach does not take into account, including images, self-presentation, body language, design and 'staging'. There is a clear distinction here: while discursive approaches focus primarily on discursive 'content' and have a tendency to sideline the ways in which this 'content' is presented, framed, performed, enacted or broadcast, the political style approach is sensitive to both features".

que as elites e os *outros* são ameaças, a percepção negativa pode se projetar para toda a sociedade ou somente para os membros do *povo* (*negatividade*).

A quarta abordagem comum sobre o populismo utilizada pelos pesquisadores é a que o vê como uma *estratégia*, geralmente de caráter oportunista, para obter o apoio popular por meio de uma liderança altamente personalizada. O populismo visto como um meio para um fim, "não é assim definido pelos valores políticos do ator político … mas por sua relação (que é supostamente 'direta') com seus seguidores"[22] (Moffitt, 2016, capítulo 2, para. 31). Os objetivos que levam partidos e políticos a usarem o populismo como estratégia, conforme Engesser et al. (2017), estão ligados a três motivações principais: *poder* – conquista de cargos e mandatos –, *legitimidade* – exercício de funções políticas –, razão pela qual, principalmente em regimes presidencialistas, os populistas mantêm práticas populistas mesmo depois de eleitos e *mobilização* – para eleições, manifestações, plebiscitos etc. –, muitas vezes de grupos sociais desorganizados e desinstitucionalizados.

A vagueza e a imprecisão do conceito de populismo, para Laclau (2005/2013), não deve ser vista como resultado de "subdesenvolvimento ideológico ou teórico" (pp. 155-156), mas sim como expressão da tentativa populista de unificar o povo, que ocorre a partir de um espaço social radicalmente heterogêneo.

As características das diferentes abordagens sobre o populismo fornecem, sob variadas perspectivas, subsídios para compreender como se dá essa unificação, identificar formas de populismo e diferenciá-las. Assim, Gerbaudo (2015) observa que o que é mais importante para caracterizar o populismo como regressivo ou progressista é a forma como o *outro* do *povo* é construído. O populismo de direita com frequência nomeia como tal os migrantes ou minorias étnicas, enquanto o progressista faz isso com as elites econômicas e políticos corruptos. O primeiro tende a ser *excludente*, na sua definição do *povo puro e verdadeiro* – daí, muitas vezes, seu teor nativista ou étnico –, enquanto o outro é *includente*, podendo incorporar grupos minoritários, como a análise de Petros e Bolsonaro (Larsson Niemi, 2022) mostra. A diferenciação entre populismo *excludente* e *includente*, proposta por Mudde e Kaltwasser (2013), observara que o primeiro seria dominante na Europa e o segundo, na América Latina, mas o exemplo mostra que não é sempre assim. Também se observa que a transnacionalidade e o internacionalismo predominam nos populismos de esquerda (Wodak, 2015/2020).

[22] No original: "is thus not defined by the political values of the political actor … but by their relationship (which is supposedly 'direct') with their followers".

Isso ressalta que para compreender plenamente as concretizações específicas do populismo, é necessário examinar os aspectos sociais, culturais e políticos à disposição e mobilizados pelos atores políticos, em cada um dos contextos em que os populismos se desenvolvem. Esses são moldados por forças locais e históricas específicas – como as tradições populistas prévias e históricas –, bem como as dinâmicas mais gerais, até mesmo globais, que moldam o comportamento dos políticos e a sociedade. Nesse sentido, a comunicação é vista como fundamental e é enfatizada por várias abordagens discutidas.

3.2 Populismo e comunicação

Em parte, a importância da comunicação relacionada ao populismo se relaciona com o caráter consensual da existência de uma comunicação populista para os pesquisadores. Assim: "Independentemente do fato de o populista ser considerado uma ideologia, os estudiosos não questionam o fato de que os elementos comunicativos populistas existem e são parte dos discursos dos atores políticos"[23] (Schwörer, 2021, p. 15). Isso não quer dizer que estudos comunicacionais não possam se voltar a aspectos ideológicos, na verdade, Stanyer et al. (2016) notam que a investigação em comunicação política que se volta ao populismo pode ser dividida em duas abordagens, uma *centrada nos atores* (ideológica) e outra *centrada na comunicação*, cujas características são mostradas na Tabela 2.

Tabela 2
Duas abordagens de estudo da comunicação política populista

	Abordagem centrada no ator	*Abordagem centrada na comunicação*
Ponto inicial da análise	Identificando as características de atores políticos populistas	Identificando as características da comunicação política populista
Foco principal	Atores definidos como populistas	Comunicação definida como populista
Objeto empírico de estudo	Atores definidos como populistas	Todos os atores políticos relevantes
Perspectiva sobre o populismo	Populismo uma ideologia *robusta* (thick) desacoplada de como atores políticos comunicam	Populismo uma ideologia *enxuta* (thin) determinada por como os atores políticos comunicam

Nota. Adaptado de "Populist actors as communicators or political actors as populist communicators. Cross-national findings and perspectives", de J. Stanyer, S. Salgado e J. Strömbäck. In T. Aalberg, F. Esser, C. Reinemann, J. Strömbäck, & C. H. de Vreese (Eds.), *Populist political communication in Europe*. Routledge, 2016, p. 354.

[23] No original: "Regardless the fact whether populism is considered an ideology, scholars do not question the fact that populist communicative elements exist and are part of discourses of political actors".

Na abordagem ator-centrada, já de início, os pesquisadores identificam quem são os atores políticos populistas e depois investigam os fatores que podem explicar sua influência, bem como suas estratégias, táticas e estilos de comunicação. Jacobs e Spierings (2019), por exemplo, selecionam partidos dos Países Baixos previamente entendidos como populistas e verificam se eles têm práticas de adoção e uso do Twitter diferentes de partidos não populistas. Já na abordagem centrada na comunicação, primeiro as características da comunicação política populista são desenvolvidas e, em seguida, se verifica como diferentes atores políticos fazem uso de estratégias desse tipo.

Enquanto a primeira abordagem entende o populismo como uma ideologia que, em princípio, não é associada ao modo como os populistas se comunicam, a segunda abordagem compreende o populismo principalmente como um estilo de comunicação particular. Em outro estudo que começa com a identificação de partidos como populistas ou não, Jacobs et al. (2020) observam, entretanto, que as duas abordagens expostas não são mutuamente exclusivas e se referem ao mesmo núcleo, composto por uma visão de mundo maniqueísta, com base no antielitismo e no povo-centrismo. A escolha por cada uma delas, ou tipos de combinação, depende do interesse do pesquisador e de suas questões de investigação.

Uma das razões da importância da comunicação e de abordagens que se voltam a ela, para Moffitt (2016), é que a mídia se tornou um dos palcos centrais do populismo contemporâneo e, por isso, deve ser destacada na reflexão sobre ele. Isso se dá, para o autor, por três motivos. Em primeiro lugar, os políticos populistas têm conseguido se aproveitar das mutações do ambiente midiático, utilizando de maneira eficaz aspectos da lógica da mídia em suas atividades. É significativo, no caso brasileiro, que, desde a redemocratização após a ditadura civil-militar, dois presidentes – Collor e Bolsonaro – tenham sido eleitos sem contar com robustas estruturas partidárias, mas sim a partir de apoio dos grandes meios de comunicação, no caso do primeiro, e pela construção de uma estrutura comunicacional própria em plataformas digitais, no caso do segundo. De certo modo, isso exemplifica a discussão sobre as mutações no ambiente de mídia, efetuada previamente nesta dissertação.

A também já referida *midiatização da comunicação política* (Pajnik & Meret, 2018) está nesse contexto e merece detalhamento. A midiatização tem sido definida como um processo ou metaprocesso histórico e social – como a industrialização e a globalização – pelo qual diferentes esferas da vida passam a ser cada vez mais dependentes da mídia ou de sua lógica (Hjarvard, 2008). O termo *lógica da mídia* – ou *lógicas*, como alguns autores preferem, para enfatizar a coexistência de diferentes normas e padrões nos meios de comunicação, com variada

importância conforme a situação (Klinger & Svensson, 2015) –, é usado para compreender os aspectos relacionados aos conteúdos e formatos que são privilegiados pela mídia na conquista de audiência e anunciantes, em um contexto de forte competição entre veículos. Assim, conforme Moffitt (2016) compila, a partir de diferentes autores, há uma série de aspectos dessa lógica – como a simplificação, a personalização, a estereotipização, a emocionalização, a valorização do conflito e do escândalo – que encontram ressonância em formas de expressão populistas.

A mídia se transformou, tornando a noção de *profissionalismo* – isto é, uma concepção de prática profissional autônoma dos jornalistas, que teriam capacidade de decidir o que é importante e como reportar isso – menos relevante, adotando estratégias de audiência de nicho, desse modo, procurando seguir o que acredita ser o gosto desse público fragmentado (Nadler, 2019). Assim, meios tradicionais de comunicação passaram a recompensar as narrativas que desencadeiam emoções, a partir de "técnicas narrativas sensacionalistas e seleção que configuram um palco favorável aos discursos populistas. Em alguns casos, os populistas são capazes de encenar eventos dramáticos e performances de personalidade que atraem uma parte desproporcional da atenção da mídia noticiosa"[24] (Nadler, 2019, p. 6). O caso Trump é exemplar, sendo que, durante as primárias do Partido Republicano, ele teve mais cobertura de mídia do que todos os outros pré-candidatos republicanos e democratas (Patterson, 2016). Essa correspondência entre o panorama midiático e o populismo, "ajuda a explicar por que o populismo parece atualmente ser mais difundido e bem-sucedido em todo o mundo do que em qualquer outra época em sua história"[25] (Moffitt, 2016, para. 27).

O segundo ponto destacado por Moffitt (2016), nas relações entre mídia e populismo, é que os populistas tendem a culpabilizar e, por vezes, tentam controlar a mídia tradicional. Como a opção de controle dos grandes meios de comunicação é difícil, envolvendo recursos extraordinários, uma tática mais frequente é a criação de oportunidades para que a cobertura os favoreça, a partir de diferentes atuações que tornam esses políticos quase celebridades midiáticas. As lideranças populistas se encaixam bem nesse papel que supre a demanda jornalística pelo tratamento emocional e espetacular da vida e da realidade social (Mazzoleni,

[24] No original: "sensationalistic storytelling techniques and story selection that set a favorable stage for populist discourses. In some instances, populists are able to stage dramatic events and personality performances that draw disproportionate shares of attention from news media".

[25] No original: "help explain why populism currently seems to be more widespread and successful across the globe than any other time in its history".

2008). Esse processo já foi mencionado, na Introdução, observando Trump e Bolsonaro, no entanto, é válido aproximar esses casos da análise de Moffitt (2016) sobre a afinidades entre os populistas e as formas mais vulgares da televisão, como os *reality shows* e programas de fofocas. O consumo desses programas funcionaria, de uma maneira simples e eficaz, para muitos cidadãos, como um atalho e roteiro mental para se aproximar de questões políticas, num mundo percebido como cada vez mais complexo.

Em terceiro lugar, a atual onipresente comunicação digital e a chamada mídia social deu aos políticos, de todas as tendências, novas oportunidades de comunicação. No entanto, a literatura argumenta que, também no caso dessa forma comunicacional, há uma afinidade com o populismo. Engesser et al. (2017) descrevem, assim, sob o rótulo geral de *estrutura de oportunidades políticas on-line*, características pelas quais o populismo se acomoda bem ao ambiente digital. Entre outras, está o fato de que, como ideologia, a soberania popular do populismo pode ser amplamente adotada por um meio com grande potencial democratizador, como a internet. É esse aspecto um dos pontos da discussão de Gerbaudo (2015) sobre a emergência do que o autor chama de *populismo 2.0*.

A centralidade do povo, continuam os autores referidos, pode ser bem combinada a um ambiente comunicativo que favorece atores, cidadãos, não pertencentes à elite e, embora aspectos como a homofilia, as bolhas e câmaras de eco da internet sejam potencialmente prejudiciais ao debate democrático, têm utilidade para excluir os *outros*. As características da comunicação populista – simplificação, emocionalização e negatividade – estão alinhadas à economia de atenção na internet, marcada ainda pela instantaneidade, imediatismo e viralidade. Essas formas são incorporadas em mensagens e estratégias populistas para aquisição de poder, garantia de legitimidade e mobilização de adeptos. E muitos líderes populistas notaram a possibilidade de usar canais de comunicação on-line personalizados (Engesser et al., 2017), nos quais podem agir simulando uma *autenticidade* próxima do ultraje e que confronta normas tradicionais de comportamento (Jutel, 2013).

Ainda que a mídia digital também possa ser utilizada para criticar e desacreditar os políticos populistas e que nem todos os atores dessa linhagem tenham se adaptado ao novo ambiente de mídia – o italiano Silvio Berlusconi é um exemplo –, o resultado geral da emergência da mídia digital para o populismo tem sido bastante positivo (Moffitt, 2016).

Concluindo essa discussão sobre o populismo e sua relação com a comunicação, é possível notar que a observação, feita a quase vinte anos atrás por Mazzoleni (2003), sobre o pleno entendimento do populismo depender do estudo das dinâmicas da mídia, talvez seja, hoje,

ainda mais válida. De maneira complementar, a avaliação de Guazina (2019) sobre o momento atual destaca que as abordagens do populismo

> centradas na comunicação possibilitam compreender os múltiplos atores e modos de operação da retórica e estilo populistas que se conjugam para a amplificação de valores e conteúdos autoritários. A combinação entre o populismo midiático da mídia *mainstream* e o modus operandi das plataformas digitais, que facilitam a desintermediação e a personalização digital da política como recursos acessíveis a lideranças populistas formam um poderoso arsenal técnico-político para a continuidade de projetos de poder de líderes de direita. (p. 63)

3.3 Populismo de extrema direita

Em princípio, a distinção entre o populismo de direita e outro de esquerda parece pouco problemática, pois como se comenta, em observação similar à de Gerbaudo (2015) a respeito do populismo excludente e includente:

> Dependendo da definição do povo que define o outro, os diferentes fenômenos populistas contemporâneos podem ser categorizados de maneiras diversas. Mas qualquer tipo de populismo dirigido contra um "outro" definido etnicamente e/ou nacionalmente e/ou religiosamente pode ser visto como "de direita"[26]. (Pelinka, 2013, p. 6)

No panorama contemporâneo, entretanto, há partidos que mesclam elementos de esquerda com de direita. Esse é o caso do italiano Movimento Cinco Estrelas, cuja plataforma antissistema combina posicionamentos de centro-esquerda em termos econômicos com pontos de vista excludentes quanto à definição do *povo*, como em seu combate à imigração (Mosca & Tronconi, 2019). O critério relativo às fronteiras do *nós* e do *outro* o situa à direita – embora, aparentemente, não à *extrema direita*, cuja conceituação é também complexa.

Mudde (2000) catalogou, no final dos anos de 1990, mais de 26 definições diferentes para se referir ao extremismo de direita. Alguns dos termos mais utilizados são – além de *extrema direita – direita radical*, *extremismo de direita*, *neofascismo*, *populismo radical de direita*, *populismo autoritário* e *direita autoritária*. Por vezes, alguns desses termos se sobrepõem e por isso são usados, em certos trabalhos, de modo intercambiável. Há ainda o uso de *ultradireita*, que uma autora como Padovani (2016) justifica tanto para evitar a ideia de simetria ou equilíbrio com os grupos e partidos de *extrema esquerda* quanto por estudar um grupo – o italiano CasaPound – que afirma estar *além* da direita.

[26] No original: "Depending on the definition of the people's defining other, the different contemporary populist phenomena can be categorized in different ways. But any kind of populism directed against an ethnically and/or nationally and/or religiously defined 'other' can be seen as 'right wing'".

Do ponto de vista de uma distinção do populismo de extrema direita com o fascismo, isso depende da análise de cada caso, de partido ou movimento específico. Há evidentes afinidades, como a tendência de ambos combinarem teorias de conspiração com bodes expiatórios – geralmente o outro do *povo* (Rupert, 1997) –, preferirem lideranças carismáticas e idealizarem o passado. Essa última característica remete a outra associação entre populismo e fascismo, bastante contemporânea e ambígua: a mediação do Tradicionalismo entre esses dois conceitos/movimentos, em certas vertentes políticas atuais.

Visto por Teitelbaum (2020) como uma "escola espiritual e filosófica alternativa, com um grupo eclético, ainda que minúsculo, de seguidores" (p. 18), que oferece "um relato da história da sociedade que aborda uma vasta gama de ideais e movimentos modernos como inter-relacionados e igualmente desprezíveis" (p. 24), o Tradicionalismo teve, no passado, relações com o fascismo e hoje influencia a direita populista por meio de ideólogos como Steve Bannon, no caso de Trump, e Olavo de Carvalho (1947-2022), em relação a Bolsonaro – a respeito do caso brasileiro ver Wink (2021, capítulos 6 e 7). Notando que os tradicionalistas privilegiam a *guerra cultural*, que chamam de metapolítica, ou seja, a estratégia de ativismo por meio da cultura – artes, entretenimento, espaços intelectuais, religião, educação –, Lima (2021) observa como, paulatinamente, esse tema ganhou força na pauta de discussão pública no Brasil. Bolsonaro foi capaz de, ao mesmo tempo, se aproveitar e impulsionar a temática, daí a importância da direita religiosa e dos olavistas no governo dele.

Voltando à discussão sobre o fascismo e o populismo, de maneira geral, para Finchelstein (2020), o populismo contemporâneo, em sua versão extremista, pode ser visto como um fascismo que se adaptou à lógica e ao contexto democrático. Mas Fuchs (2018) argumenta que, embora existam afinidades entre formas de capitalismo autoritário – com a qual geralmente os populistas de extrema direita se alinham – e o fascismo, no primeiro o estado de direito e a democracia se mantêm intactos, enquanto no segundo são abolidos. Na mesma linha, Eatwell (2017) nota que: "Diferentemente do fascismo, o populismo é uma forma de democracia, embora não seja a democracia liberal"[27] (p. 381).

Desse modo, os partidos de extrema direita tendem hoje a apresentar alternativas a determinadas políticas – imigração, segurança, emprego, por exemplo –, mas não ao sistema político como um todo (Pelinka, 2013). Kitschelt (2006) observa, assim, que a extrema direita atual possui uma agenda em parte diferente da tradicionalmente fascista – alguns movimentos

[27] No original: "Unlike fascism, populism is a form of democracy, albeit not liberal democracy".

de extrema direita afirmam apoiar os direitos humanos, por exemplo –, além de lhe faltar um *movimento de base* mais organizado, ou mesmo de teor paramilitar, tendo, em vez disso, uma estrutura de apoiadores mais volátil e fluída, para o qual os recursos digitais são muitas vezes importantes. Wodak (2015/2020) concorda com a ideia de que só podem ser chamados de fascistas os partidos populistas que reivindicam heranças do nazismo e do fascismo, inclusive a violência física. Assim, para a autora, é importante não banalizar o termo *fascista*, reservando-o para os partidos com explícito teor violento, que negam o direito de existir de outros partidos e associações políticas.

O termo *populismo autoritário* pode à primeira vista parecer contraditório, já que o antielitismo populista parece estar em contradição com a dimensão de obediência autoritária. No entanto, como observam Engesser et al. (2020), essa contradição se dissolve quando se nota que os populistas defendem que aqueles que são legitimados pelo povo assumam o controle. Desse modo, os adeptos do populismo, "defendem a obediência ao governo do povo e a líderes fortes e carismáticos frequentemente encontrados nos movimentos populistas"[28] (pp. 61-62). Ainda assim, o termo não está ligado necessariamente ao fascismo, embora vários autores que o utilizem, como Kellner (2016) e Morelock e Narita (2021), tenham como referência a Escola de Frankfurt e sua investigação sobre a *personalidade autoritária*.

Norris e Inglehart (2019) definem o populismo autoritário como uma forma política que "prioriza o conservadorismo social, a ordem, as tradições comuns, a deferência a líderes fortes, e a estabilidade"[29] (p. 78), desenvolvendo o argumento de que a mudança de valores culturais levou a uma reação contemporânea, a que o populismo dessa linhagem deu vazão. Alguns autores, como Fuchs (2018) criticam essa hipótese pelo excessivo culturalismo. No entanto, é fato que há uma tendência de os populistas criticarem mudanças em comportamento sociais – como a aceitação do casamento de pessoas do mesmo sexo e o aborto –, defendendo tradições.

Outra linhagem do populismo autoritário é a que foi inaugurada por Hall (1979), no ensaio "The Great Moving Right Show". Nesse trabalho, ele utiliza essa noção para caracterizar a então nascente nova direita no Reino Unido, da qual Thatcher emergia como líder. O autoritarismo populista representaria "um enfraquecimento marcante das formas e iniciativas

[28] No original: "advocate obedience to the rule of the people and to strong, charismatic leaders that are frequently encountered in populist movements".

[29] No original: "prioritize social conservatism, order, customary traditions, deference to strong leaders, and social stability".

democráticas, mas não sua suspensão”[30] (p. 15), por isso seu distanciamento do fascismo. De maneira significativa, alguns aproximam a reflexão pioneira de Hall (1979) do trumpismo. Isso ocorreu principalmente por ele ter notado que a direita britânica se empenhou em descredibilizar a política centrista, com a criação de um vocabulário próprio, o que é válido também para o ex-presidente dos Estados Unidos (Coates, 2021).

Ainda que sem necessária conexão direta com o fascismo, a atração entre populismo e extrema direita é notável e o sucesso da direita radical contemporânea pode ser atribuído à sua habilidade em ter se tornado populista (Pelinka, 2013). Mais ainda: é possível falar numa “despudorada normalização do populismo de extrema direita” (*shameless nornalization of far-right populism*), conforme o subtítulo da nova edição do seminal trabalho de Wodak (2015/2020). O título original do livro era *The Politics of Fear: What Ring-Wing Populist Discourses Mean*, no entanto – como a autora discute no novo prefácio –, a realidade demandou que a discussão fosse atualizada. Desse modo, embora a ideia central de que o populismo de direita elabora e se aproveita de uma *política do medo* tenha se mantido, agora, o extremismo se tornou parte da corrente principal da discussão política na Europa e além, graças aos populistas dessa vertente.

Isso provocou uma profunda alteração no campo dos debates e na implementação de políticas, com a gradual normalização desavergonhada das práticas e do discurso da extrema direita populista. Surgiram, no meio tempo entre a publicação das edições do livro, novos medos – que episódios como o Brexit, a popularização do termo *fake news* e uma série de ataques terroristas na Europa emblematizam. O medo e o ressentimento, por diferentes motivações – mas principalmente os ligados à insegurança econômica –, canalizam a raiva e outros sentimentos que favorecem o apoio a partidos da extrema direita que, conforme Mudde (2019), são obcecados com a *segurança*.

A política dos partidos populistas que Wodak (2015/2020) caracteriza como de extrema direita busca se aproveitar desse medo para legitimar suas propostas, com apelos à segurança, por isso a ênfase no discurso desses partidos sobre as supostas situações de *crise*. A edição original do livro era quase exclusivamente dedicada à questão no continente europeu, porém, a dispersão do populismo de extrema direita pelo mundo, com fenômenos como Trump e Bolsonaro, faz com que esses sejam agora também enfocados, ainda que de maneira menos aprofundada – e mais o primeiro político do que o segundo.

[30] No original: “a striking weakening of democratic forms and initiatives, but not their suspension”.

O trabalho mantém a importante premissa sobre a interdependência dialética entre discurso, sociedade, mídia, comunicação e implementação de políticas, que é complexa e imprevisível. A apreensão do fenômeno é feita pela autora a partir do estudo das manifestações discursivas do populismo de direita radical, num nível micropolítico – ou seja, a partir da análise entrevistas, postagens, cartuns, entre outros materiais em que a ideologia pode ser percebida. No entanto, apesar da ênfase na dimensão discursiva do populismo, a autora defende que a propaganda "sempre *combina e integra forma e conteúdo*, se dirige a públicos e contextos específicos"[31] (capítulo 1, para. 23), nesse sentido, é necessário desconstruir, entender e explicar também os elementos da ideologia que se veicula e que estão, junto com o estilo adotado, ligados ao sucesso eleitoral dos populistas de extrema direita.

Nessa perspectiva, Wodak (2015/2020, capítulo 1) desenvolve e sumariza um conjunto de nove características dos partidos populistas de extrema direita, que, embora tenham sido elaboradas a partir da análise de partidos europeus, podem ser generalizadas, conforme avaliamos, para movimentos e políticos dessa tendência em diferentes contextos e de maneira geral. Como se poderá notar, muitas características são encontradas em formas comuns do populismo, no entanto, possuem certos elementos de radicalização; por outro lado, também, remetem a especificidades no modo de fazer política e se comunicar da extrema direita populista. Esse esforço descritivo e analítico da autora tem uma utilidade clara nesta dissertação, pois servirá como um guia para a análise dos casos Trump e Bolsonaro, em termos do teor extremista do posicionamento e da comunicação política desses agentes, uma vez que é convergente com toda a discussão anterior. Sendo assim, a descrição dessas características é a seguinte:

1. Reiterada reivindicação de representar "*o* povo", que recebe um sentido homogeneizado (no contexto europeu, com base em ideologias nativistas). Retórica de exclusão e revisionismo histórico a partir da lógica: *nós contra eles* e de uma política de negação de fatos científicos e históricos.
2. Estilo político que pode implicar o emprego de uma gama de ideologias reforçadas por meio de um imaginário político.
3. Construção de novas divisões sociais que extrapolam a tradicional direita/esquerda a partir do medo da globalização somado ao crescimento do nacionalismo e chauvinismo; e do fracasso dos atuais partidos tradicionais em resolver problemas

[31] No original: "always *combines and integrates form and content*, targets specific audiences and adapts to specific contexts".

sociais agudos como a crise financeira.

4. O sucesso de partidos ou políticos populistas de extrema direita depende das *performances estratégicas* específicas às modernas *democracias de mídia*. O que implica em um uso extensivo da mídia (imprensa, televisão e redes sociais), e o amplo uso da mídia social, que permite criar esferas públicas próprias, nas quais circula um discurso paralelo e contornar o jornalismo profissional.
5. Os políticos dos partidos populistas de extrema direita são geralmente bem treinados como personalidades da mídia e frequentemente mudam sua aparência agressiva e rústica assumindo maneiras mais parecidas com a dos políticos tradicionais. Empregam ainda técnicas de performance de palco que são ligadas à cultura das celebridades: oscilam em se autorrepresentar como uma figura Robin Hood, defensora das pessoas comuns; e um ídolo a quem as pessoas almejam ser.
6. A personalização e mercantilização da política e de políticos atuais é um foco em líderes carismáticos. Os partidos populistas de extrema direita geralmente têm uma estrutura hierárquica com líderes (em sua maioria homens) que exploram essas tendências da política profissional ao máximo.
7. Os populistas de extrema direita se correlacionam com o anti-intelectualismo e com o termo associado *arrogância da ignorância*, apelando para o senso comum e para os valores conservadores tradicionais por meio de uma retórica agressiva e excludente, com contínuas provocações que são percebidas por seus apoiadores como maneiras *autênticas* de ser.
8. Como fim de fortalecer uma retórica antimuçulmanos – o que é válido principalmente na Europa –, os populistas de extrema direita endossam políticas de gêneros pseudoemancipatórias que se contradizem. Assim, de um lado enfatizam valores familiares – como a mulher no papel de mãe – mas defende a liberdade das mulheres muçulmanas.
9. No momento atual, diferentemente de há alguns anos, não há diferença entre o estilo e retórica populista de extrema esquerda quando eles estão em oposição ao governo e quando fazem parte dele. O que é um indício da normalização dos conteúdos e estilos da extrema direita.

Como se discutiu na parte metodológica do trabalho, essas características nos servirão como elementos para a organização da revisão da literatura sobre Trump e Bolsonaro e, portanto,

na reflexão sobre o quanto eles se posicionam como populistas de extrema direita. A combinação de forma e conteúdo do populismo, conforme Wodak (2015/2020) fará com que busquemos, embora mais ênfase na comunicação, nos preocupar com os contextos e o conteúdo dos discursos.

Vale notar que, como forma de alinhar as características de Wodak (2015/2020) ao contexto latino-americano – em contrapartida à visão europeia da escritora – adaptamos a oitava característica, sintetizada na parte metodológica do trabalho, como "uma retórica com ênfase em *valores familiares*", dado que esta ideia serve como base para o que a autora propõe como tal aspecto do populismo autoritário.

Nessa linha, o próximo capítulo apresenta uma descrição da trajetória e do contexto social de emergência de Trump e Bolsonaro, que pode ajudar na compreensão de características desses políticos.

4 TRAJETÓRIA E CONTEXTO DE TRUMP E BOLSONARO

Kakutani (2018) observa que, no caso de Trump, "a *esfera pessoal é política* [ênfase adicionada] e, em muitos sentidos, ele é menos uma anomalia caricata e mais um bizarro epítome de uma série de atitudes mais amplas e interligadas que corroem lentamente a verdade nos dias de hoje" (Introdução, para. 13). O comentário pode servir também para Bolsonaro, evidenciando paralelos entre ambos. Trump, como observa a autora citada, emergiu em um contexto marcado pela mescla de noticiário e política com entretenimento, extrema polarização política e crescente desprezo pelo conhecimento especializado, o que também pode ser dito do brasileiro.

Nessa perspectiva, esse capítulo busca explorar a relação entre o pessoal, o político e o ambiente social de Trump e Bolsonaro, a partir da exposição de suas biografias e trajetórias. Aspectos ligados à comunicação, de maneira geral, já serão evidenciados, entretanto, eles terão mais ênfase na discussão dos capítulos seguintes.

4.1 Trajetória e contexto de Trump

Donald John Trump nasceu em Nova Iorque, em 14 de julho de 1946. Seu avô paterno, Friedrich Drumpf, chegou aos Estados Unidos, em 1885, na adolescência, e o seu sobrenome, depois de já ser mudado para *Trumpf*, pela burocracia imigratória, foi alterado para *Trump*, quando se naturalizou estadunidense. Ele prosperou como construtor e proprietário de restaurante, casando-se nos EUA, onde teve como segundo filho Frederick Christ Trump, em 1905. A família enfrentou dificuldades com a morte de Friedrich e pela grande recessão de 1920, entretanto, em anos posteriores, Frederick, junto com sua mãe, fez fortuna com negócios imobiliários em Nova Iorque.

As atividades empresariais realizadas por ele envolveram, por vezes, controvérsias: na década de 1950, ganhou muito dinheiro do governo em um programa de moradia para veteranos da Segunda Guerra, agindo de um modo que, embora não fosse estritamente ilegal, era contra o espírito da proposta. Em 1973, a empresa familiar foi acusada de racismo, pela aparente tentativa de evitar que negros alugassem seus imóveis em Nova Iorque, o que fez a imprensa relembrar que Frederick fora preso, em 1927, durante uma manifestação da Ku Klux Klan (KKK) na cidade. Embora os motivos da detenção não fossem claros e o pai de Trump negasse vínculos com a KKK e racismo, esses casos eram constrangedores.

A fortuna da família permitiu que o quarto filho de Frederick, Donald, vivesse de maneira confortável, embora sob rígida criação. Por seu temperamento *rebelde*, quando adolescente, foi enviado para um colégio militar, afastado da família. Biógrafos, como D'Antonio (2016), notam que a criação e os valores paternos estão bastante associados a certos aspectos da personalidade do filho, como a competitividade agressiva, a extrema ambição e a capacidade de manipulação. Além disso, o "Sr. Trump queria que seus filhos obtivessem diplomas universitários. Entretanto, ele geralmente suspeitava dos intelectuais e valorizava o trabalho duro acima de tudo"[32] (Introdução, para. 27). Em mais de uma ocasião, Donald Trump comentou a grande expectativa que seu pai tinha de que ele fosse um empresário de sucesso.

Desde cedo, ele teve interesse nos negócios da família e, durante seus anos como universitário, não se envolveu nos protestos estudantis comuns na época, nem experimentou drogas ou bebidas alcoólicas – é abstêmio e nunca fumou. Entretanto, como outros jovens de então, conseguiu escapar do alistamento para lutar na Guerra do Vietnã, com a desculpa de ter problemas nos calcanhares, algo aparentemente pouco sério, pois não o impediu de praticar esportes (D'Antonio, 2016). Por influência paterna, terminou os estudos superiores na prestigiosa University of Pennsylvania, onde finalizou o curso de economia, com especialidade em negócios imobiliários. Atuou, desde 1968, como empregado do pai, na companhia Trump Management. Três anos depois, se tornaria presidente da empresa que adotou o nome de The Trump Organization, agrupando os diferentes negócios familiares.

4.1.1 Rumo à celebridade

Durante a década de 1970, os empreendimentos de Trump, a juventude e a habilidade para a autopromoção, ainda que baseada em mentiras, o colocaram no caminho da celebridade (Penha-Lopes, 2022). Sobre o último aspecto, ele alegou, por exemplo, que seu principal edifício, inaugurado em 1978, a Trump Tower, tinha 68 andares, quando, na verdade, possuía apenas 58 e criou a identidade falsa de um relações públicas – chamado John Barron ou John Miller – que exaltava suas conquistas. "Mentiu para se mostrar melhor do que era, para arranjar negócios sob falsos pretextos e para manipular as expectativas das pessoas" (Kakutani, 2018, capítulo 4, para. 6).

[32] No original: "Trump Sr. wanted his children to earn college diplomas. However, he was generally suspicious of intellectuals and valued hard work above all else".

Em 1977, Trump se casou com a modelo Ivana Zelníčková – numa cerimônia ministrada pelo reverendo Norman Vicent Peale, autor de autoajuda que enfatizava o poder do *pensamento positivo*, altamente admirado por Donald e seu pai. Esse casamento gerou dois filhos e uma filha, Ivanka, que desempenhou papéis importantes nos negócios familiares e durante a presidência de Trump. Na década de 1980, ele passou a atuar no ramo de cassinos, depois de obter uma licença, hotelaria e outros setores, como os esportes – foi dono de um time de futebol americano – e concursos de beleza. "O único elemento consistente em todos esses interesses era o valor que ele via na publicidade, buscada com a destreza de alguém que entendeu que celebridade é poder"[33] (D'Antonio, 2016, Introdução, para. 34).

Com essa preocupação, ele se tornou, ao longo da década, um personagem midiático, aparecendo com frequência em jornais, revistas e na televisão. Em 1987, publicou seu primeiro livro, *The Art of the Deal* (A Arte da Negociação), escrito com a colaboração do jornalista Tony Schwartz[34]. O livro, em cuja divulgação Trump gastou mais de 90 mil dólares em anúncios de página inteira de jornais (D'Antonio, 2016), se tornou um best-seller, ao qual se seguiram mais de uma dezena de outros que têm em comum a invariável capa com uma foto de Trump, e é uma mistura de relato biográfico e autoajuda sobre negócios. Durante um dos debates presidenciais, ele se apresentou assim: "Eu sou Donald Trump. Eu escrevi *A Arte da Negociação*" (*I'm Donald Trump. I wrote* The Art of the Deal) (Geraghty, 2015, para. 1). Também cogitou – talvez brincando, conforme o relato de uma ex-funcionária que foi próxima a ele –, fazer seu juramento presidencial utilizando esse livro:

> Ele [Trump] me perguntou: "Omarosa, o que você acha de eu tomar posse fazendo o juramento sob *A Arte da Negociação*?"
> Eu disse: "Em vez da Bíblia?"
> "Sim. *A Arte da Negociação* é um best-seller! É o maior livro de negócios de todos os tempos. Indica que vou fazer excelentes negócios para o país. Pense só em quantas cópias venderia – talvez uma edição comemorativa de posse?!"
> "Eu sei que você não vai ser um presidente tradicional, mas isso é loucura demais. O que quer que faça, não repita essa ideia para mais ninguém", disse.
> Nós rimos. Ele quis me levar a crer que estava brincando[35]. (Newman, 2018, capítulo

[33] No original: "The one consistent element in all of these interests was the value he placed on publicity, which he sought with the skill of someone who understood that celebrity is power".

[34] Esse coautor disse, anos depois, que se arrependeu do trabalho, pelas posições políticas que o biografado adotou e que Trump não teve nenhum papel na redação do livro. Desde 2015, Schwartz tem doado parte dos royalties da obra para organizações que apoiam imigrantes nos EUA ("Trump: The Art of the Deal", 2022).

[35] No original: "He asked me, 'Omarosa, what do you think about me getting sworn in on *The Art of the Deal*?'

I said, 'Instead of the Bible?'

'Yeah. *The Art of the Deal* is a bestseller! It's the greatest business book of all time. It's how I'm going to make

10, paras. 83-88)

O que essa anedota tem de significativo é exemplificar um padrão comunicativo: a negação de afirmações que, após serem criticadas, Trump diz que deveriam ser entendidas como piadas. Essa forma vai além da comunicação pessoal privada e é bastante comum em diferentes situações públicas, envolvendo, por exemplo, declarações preconceituosas, ofensivas e inverídicas. Pode-se dizer que esse é outro ponto de aproximação entre Trump e Bolsonaro. Falando a respeito da tentativa de golpe ao fim do mandato de Trump, um comentarista observou que a carreira política dele

> sempre envolveu desarmar e confundir o público ao fazer da realidade uma piada. Encoberto pela névoa do questionamento sobre se ele deveria ser levado a sério ou literalmente, Trump expressou o que não era dizível, ridicularizando princípios essenciais para a manutenção da democracia multicultural – enquanto se oferecia como o personagem para substituí-la. Em outras palavras, ele procurou ser ao mesmo tempo o bobo e o rei. E deixou para trás um mundo remodelado por seu ethos "*lol* [*laughing out loud*, cuja tradução aproximada seria "rindo muito alto"] nada importa"[36]. (Aleem, 2022, para. 8)

Ainda casado oficialmente com Ivana, em 1985, Trump iniciou um relacionamento amoroso com outra modelo, Marla Maples, que se tornaria, em 1993, sua esposa. "Como em relação a seus negócios, seu infortúnio no casamento e divórcio subsequente dois anos depois foram manchetes em todas os grandes jornais, revistas e na televisão"[37] (Penha-Lopes, 2022, capítulo 3, para. 20). A indistinção entre vida privada e pública teria continuidade na carreira política de Trump, mas isso também se relacionava a uma mudança na imprensa estadunidense que, desde o fim da década de 1980, passara a noticiar as transgressões sexuais de figuras públicas (D'Antonio, 2016). Isso pode ser visto como uma das características da discutida midiatização da política.

---

great deals for the country. Just think how many copies I'd sell – maybe a commemorative inauguration copy?!'

'I know you're not going to be a traditional president, but that's just too crazy. Whatever you do, don't repeat that idea to anybody else,' I said.

We laughed. He wanted me to believe he was kidding".

[36] No original: "always involved disarming and confusing the public by taking reality as a joke. Shrouded in the haze of the question of whether he should be taken seriously or literally, Trump spoke the unspeakable, ridiculing principles essential to the maintenance of multicultural democracy – while offering himself as the figure to replace it. In other words, he sought to be both jester and king. And he left behind a world reshaped by his 'lol nothing matters' ethos".

[37] No original: "Like his business deals, his marriage woes and subsequent divorce two years later were headlines in every major newspaper, in magazine, and on television".

Trump se divorciou novamente em 1997 e, no ano seguinte, conheceu outra modelo, Melania Knauss, 24 anos mais nova do que ele, com quem se casou, em 2005, e teve mais um filho, cujo nome, *Barron*, é o mesmo do pseudônimo criado por ele para autopromoção. De maneira irônica, tendo em vista o que aconteceria na campanha presidencial de 2018, uma das pessoas convidadas e que compareceu ao último casamento de Trump foi Hillary Clinton.

4.1.2 De personagem a agente midiático

Ao longo dos anos 2000, a visibilidade e exposição pública de Trump aumentaram, conforme ele passou a ser não apenas um *personagem* da mídia tradicional – e da digital – e do mundo do entretenimento, mas também um *agente* desses campos. Isso teve início em 2004, quando se tornou apresentador do reality show de empreendedorismo *The Apprentice* (O Aprendiz), concebido pelo produtor Mark Burnett – que antes ganhara fama com outro reality show, *Survivor* –, transmitido pela emissora NBC (Figura 3). Os episódios do programa eram finalizados com um bordão, que se tornou popular entre os fãs do programa, dito por Trump: "*You're fired!*" (Você está demitido!). O empresário agia como um chefe superexigente e implacável.

The Apprentice foi um sucesso instantâneo de audiência e se tornou um formato exportado para vários países, inclusive o Brasil[38]. A repercussão do programa parece se relacionar com um momento, pós-ataque do 11 de setembro e estouro da bolha das empresas ponto com, em que havia grande preocupação dos cidadãos dos EUA com o mercado de trabalho (D'Antonio, 2016), com mais de 215 mil pessoas se candidatando para ser um dos 16 competidores da primeira temporada. O programa teve um reality show derivado, também apresentado por Trump, *The Celebrity Apprentice*, que se iniciou em 2008. Ele esteve à frente das quatorze temporadas, no todo, do reality original e de seu prolongamento com celebridades, sendo substituído, em 2015, por Arnold Schwarzenegger, já que iria participar da campanha eleitoral.

Outros programas correlatos foram uma versão de *The Apprentice* que teve a empresária e apresentadora de TV Martha Stewart no papel de Trump e *Donald J. Trump Presents The Ultimate Merger*. O primeiro teve apenas uma temporada, em 2005, exibida também na NBC,

[38] Já em 2004, a emissora Record produziu uma versão do programa, cujas quatro primeiras temporadas foram apresentadas por Roberto Justus, e as duas seguintes por João Doria, que mais tarde seria eleito prefeito e governador de São Paulo. Depois, Justus voltou para outras temporadas da série.

e o segundo era um reality show de namoro, cuja estreia, na TV One, se deu em junho de 2010 e teve mais uma temporada no ano seguinte. Nessa série, doze homens selecionados por Trump competiam pela afeição da ex-consultora política Omarosa Onee Manigault Newman, mulher negra – mais tarde a única pessoa desta etnia a ocupar um cargo relevante no governo Trump (Penha-Lopes, 2022) –, popular desde sua participação na primeira temporada de *The Apprentice*. Ela ficou cerca de um ano no governo, e depois de sua saída publicou um livro com críticas a Trump – é o trabalho que contém a história sobre *A Arte da Negociação* –, dizendo que, durante o período no governo, passou a "suspeitar que o presidente estava delirando ou tinha uma perturbação mental"[39] (Newman, 2018, capítulo 11, para. 130).

Em termos da mídia digital, Trump publicou seu primeiro tweet em quatro de maio de 2009 e cerca de dois anos depois criou uma conta no Facebook. Na primeira plataforma, nos anos iniciais, os tweets não eram frequentes – como se demonstrará no quinto capítulo desta dissertação – e tinham fins basicamente autopromocionais: dele próprio, de suas participações na mídia, em entrevistas, bem como dos programas de televisão que apresentava (Figura 2).

Figura 2
A presença de Trump como agente da mídia televisiva e digital

Nota. Logo original do programa *The Apprentice* reproduzido da Wikipédia (https://bit.ly/3bYFT4h) e postagem (a segunda feita por ele) reproduzida do arquivo do Twitter de Donand Trump (https://bit.ly/3dnUcQb).

Em 16 de junho de 2015, na Trump Tower e acompanhado por sua esposa, Donald Trump anunciou que seria candidato à presidência. Como nota Penha Lopes (2021), o fato dele ser um homem com histórico de adultério e no terceiro casamento era apenas mais uma das características pouco convencionais do postulante. Muitos duvidaram que a candidatura persistisse, já que em outras ocasiões ele aventara a ideia de concorrer à presidência, mas acabou desistindo. Embora desde o lançamento de seu primeiro livro tenha se posicionado sobre temas

[39] No original: "to suspect that the president was delusional or had a mental condition".

políticos e sociais, sugerindo uma possível candidatura a cargo majoritário, seus esforços mais pronunciados nessa direção ocorreram bem depois.

Um posicionamento significativo, feito após lançar seu primeiro livro, foi quando, em 1998, pagou por anúncios de página inteira em grandes jornais no qual defendia o retorno da pena de morte e reforço policial em Nova Iorque. A ação era em resposta a um caso de grande repercussão de assalto e estupro de uma corredora, no Central Park. Cinco jovens, quatro negros e um latino, com idades entre catorzes e dezesseis anos, foram acusados pelo crime. Pressionados pelos policiais, eles foram levados a se implicar no episódio e foram condenados, sem provas materiais. Treze anos depois, um estuprador em série assumiu o crime, o que foi confirmado por material genético da meia da vítima. Eles foram soltos, então, no que é reconhecido como um grande erro da polícia e do sistema judiciário dos Estados Unidos[40]. Embora o anúncio de Trump não mencionasse os jovens, a conexão era evidente. Inocentados, fizeram um acordo pelo qual receberam uma indenização de 41 milhões de dólares e Trump, num artigo de opinião da época, qualificou esse acerto como uma "vergonha", dizendo que os jovens condenados "não eram exatamente anjos" (Mars, 2019, para. 8).

É matéria de especulação se já nesse episódio Trump mirava uma carreira política, no entanto, sua "expressão de ultraje, que ecoava os sentimentos de muitos, reforçaria sua condição como uma figura que ocupava um espaço singular na esfera pública. Seus instintos eram populistas e geralmente conservadores"[41] (D'Antonio, 2016, capítulo 9, para. 64). Por outro lado, em determinados momentos, Trump assumiu posições que o distinguiram da direita estadunidense como ao defender perante um comitê do Congresso, no início da década de 1990, impostos maiores para os ricos; ao fazer declarações favoráveis à legalização de drogas ilícitas, também nessa época (D'Antonio, 2016); ou ao apoiar o direito de os gays servirem às Forças Armadas sem restrições, em crítica à chamada política *don't ask, don't tell* que o governo Clinton implementou em 1993.

4.1.3 Inserção no mundo político

As tentativas efetivas de Trump concorrer à presidência, anteriores à sua vitoriosa campanha, ocorreram em 1999 e 2012. Na primeira, Trump se desfiliou do GOP (Grand Old

[40] O caso foi dramatizado na série exibida pela plataforma de streaming Netflix *Olhos que Condenam* (DuVernay et al., 2019).

[41] No original: "expression of outrage, which echoed the feelings of many, would reinforce his status as figure who occupied a unique place in the public arena. His instincts were populist and generally conservative".

Party, termo usado como referência ao Partido Republicano) e ingressou no Partido da Reforma com o plano de concorrer à presidência no ano seguinte. Curiosamente, em vista de sua trajetória política subsequente, Trump justificou a opção por esse partido, dizendo que os republicanos tinham se movido demasiadamente em direção à extrema direita (D'Antonio, 2016). Na eleição presidencial anterior, outro rico empresário, Ross Perot, fora candidato pelo Partido da Reforma. Trump desistiu da candidatura, alegando que a sigla era muito desorganizada. A opinião dos líderes do partido, entretanto, era que Trump nunca levara a sério sua campanha e estava mais interessado em publicidade, autopromoção e em divulgar seu último livro, lançado na época.

Em 2012, ele anunciou que pretendia disputar as prévias do Partido Republicano, no entanto, os baixos índices de apoio fizeram com que desistisse novamente. Já nesse momento, Trump se voltara de modo marcante para posicionamentos políticos de direita – com xenofobia e racismo, envolvendo acusações à China e ao México por problemas sociais dos EUA, por exemplo – e, mesmo, teorias de conspiração. Nesse sentido, passou a vocalizar, em programas da emissora de televisão da Fox News, entre outros espaços, as mesmas dúvidas que os chamados *birthers* diziam ter sobre o local de nascimento do presidente Barack Obama. O que estava por trás disso era uma crítica à legitimidade de Obama, por vezes com tons racistas e islamofóbicos, pois, conforme a lei estadunidense, ele precisaria ter nascido no país para ser presidente.

Ao longo de sua trajetória Trump se envolveu em vários embates com a imprensa, inclusive disputas legais, no entanto, demonstrava clareza quanto à mudança no panorama midiático, que o favorecia, como mostra essa declaração a um biógrafo:

> Em última instância, é difícil vencer a imprensa. A imprensa é tão desonesta. Mas eu vou pegá-los. É difícil derrotar a imprensa, mas a boa notícia é que existem algumas mídias bastante honestas. Eu tenho Twitter, tenho Facebook – entre o Twitter e o Facebook, terei cinco milhões de pessoas no momento que meu livro for lançado. Isso é mais que a maior empresa de mídia[42]. (D'Antonio, 2016, Post-scriptum, para. 55)

A desconfiança que Trump sempre devotou a seus críticos era derivada, no caso da imprensa, em parte, ao fato de que ela – ao lado da adulação à sua personalidade – expunha más práticas em seus negócios, suas mentiras e baixa seriedade. No mesmo dia de seu discurso

[42] No original: "Ultimately it's hard to beat the press. The press is so dishonest. But I will go after them. It's hard to beat the press, but the good news is there's some very honest media. I have Twitter, I have Facebook – between Twitter and Facebook I'll be at five million people by the time your book comes out. That's more than the biggest media company".

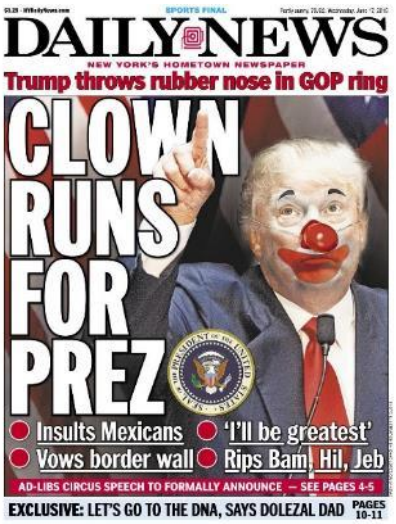
inaugural de campanha, o site da revista *Time* publicou uma matéria com tweets satíricos de jornalistas sobre a possível candidatura (Grossman, 2015), no dia seguinte, o jornal *New York Daily News* o retratou como palhaço em sua capa. Essa associação foi constantemente feita pela mídia, durante a campanha, como exemplifica o título e a ilustração de uma matéria do site da revista *Salon* (Charney, 2016) (Figura 3), durante seu mandato e depois. Não por acaso, um jornalista deu o título de *Presidente Palhaço Insano* (Insane Clow President) a um livro sobre a campanha de Trump à presidência (Taibbi, 2017) e ele foi xingado de *palhaço*, pelo candidato democrata Joe Biden, no primeiro debate da campanha eleitoral de 2020 (Alisco, 2020).

De maneira contraditória, a desconfiança e o desdém que o jornalismo *mainstream* e as elites políticas demostravam ajudaram Trump de duas formas. Por um lado, como notam Just e Crigler (2020), ele recebeu menos escrutínio crítico da imprensa, por não ser levado a sério, do que os outros candidatos, políticos consolidados, na pré-campanha e na campanha presidencial dos EUA. Por outro, como observa Da Empoli (2019):

> Sem os gritos cotidianos e escandalizados dos comentaristas políticos, dos *insiders* de Washington e dos intelectuais vestidos de preto, seria difícil para Trump credenciar-se como porta-estandarte da raiva dos abandonados contra o sistema. Nessas condições, ao contrário, tudo fica mais fácil. Basta aos telespectadores da América rural observar a reação chocada das elites urbanas face à candidatura de The Donald para se convencerem de que, realmente, esse homem pode representar seu cansaço com tudo o que vem de Washington. (capítulo 4, para. 51)

Figura 3

Representações de Trump como palhaço na mídia



Nota. Capa do jornal *New York Daily News* reproduzida do site do jornal (https://bit.ly/3wid7T9) e ilustração reproduzida do site da revista *Salon* (https://bit.ly/3CfBtAI).

O tom rude e de rebaixamento do debate público que a imprensa devotava a Trump estava associado ao próprio comportamento do candidato, que agia como um *troll* da internet, com uma estratégia de ultraje para alcançar visibilidade e se apresentar como um tipo diferente de político. Nesse sentido, a imagem de palhaço tinha, para seus apoiadores, uma dimensão positiva, pois autorizava e projetava "o que eles queriam dizer, mas a decência e o bom senso (geralmente) impedem"[43] (Charney, 2016, para. 12).

Trump usava com frequência em entrevistas e na mídia social termos como *feio* (ugly), *estúpido* (stupid), *traste* (scumbag) e *perdedor* (loser) (D'Antonio, 2016) para atacar pessoas; os veículos tradicionais de imprensa que o criticavam eram *fake news*. Outra forma particular de insulto a indivíduos era a atribuição de apelidos: os senadores democratas Bernie Sanders e Elizabeth Warren – que disse, sem base documental, ter ascendência indígena – eram chamados de *Louco* (Crazy) e *Pocahontas*; sua adversária na disputa presidencial recebeu o apelido de *Hillary Trapaceira* (Crooked Hillary), e mesmo políticos do seu campo ideológico eram ridicularizados: os adversários de Trump nas prévias republicanas Jeb Bush e Ben Carson foram chamados de *Baixa Energia* (Low Energy) e *Dorminhoco* (Sleepy), respectivamente. A posse na presidência não afetou esse hábito, e líderes estrangeiros, como o ditador da Coreia do Norte, também receberam apelidos, no caso, *Homem Foguete* (Rocket Man). Há um verbete na Wikipédia de língua inglesa que reúne os diversos apelidos utilizados por Trump ("List of Nicknames Used by Donald Trump", 2022).

No evento de lançamento de sua candidatura, na Trump Tower, em 2015, ele fez um discurso no qual adiantou os pontos que seriam reiterados ao longo da disputa com os demais pré-candidatos republicanos e, depois, na campanha presidencial. Assim, enfatizou um pano de fundo de decadência e perda de liderança, por parte dos Estados Unidos, que justificava sua candidatura. A sua experiência em negócios, afirmava, seria fundamental para consertar o país e fazê-lo *grande de novo*. Os fatores associados à situação de crise seriam os acordos comerciais prejudiciais ao país – "Quando foi a última vez que alguém nos viu derrotando, digamos, a China em um acordo comercial? Eles nos matam"[44] (Time Staff, 2015, para. 5) –, a imigração descontrolada – "Quando o México envia sua gente, não envia os melhores"[45] (Time Staff, 2015, para. 9) –, que justificaria a construção de um muro entre os EUA e o México, que Trump

[43] No original: "what they wish they could say, but common decency and good sense (usually) prevent it".

[44] No original: "When was the last time anybody saw us beating, let's say, China in a trade deal? They kill us".

[45] No original: "When Mexico sends its people, they're not sending their best".

faria com que os mexicanos pagassem; a "grande mentira" (*big lie*) do Obamacare; os altos custos do envolvimento em guerras no exterior e a fraqueza no combate a grupos terroristas.

"A retórica de Trump era rebuscada, mas sua mensagem era direta: os americanos estão ficando para trás, vítimas de infiltrados que dão preferência a pessoas de fora. Foi nativista e xenófoba, e tocou uma corda emocional em homens brancos da classe trabalhadora oprimida"[46] (Allen & Parnes, 2017, capítulo 3, para. 64). O populismo é claramente perceptível na forte construção de um *nós* que estaria sendo prejudicado pelos *outros* – estrangeiros ou mesmo os que não se identificam com o povo imaginado por esse discurso. A ressonância do discurso de Trump foi favorecida pela similaridade com o sentimento de nostalgia por um país melhor, particularmente entre os trabalhadores de menor renda e educação, que o movimento Tea Party também expressara anteriormente (Allen & Parnes, 2017). Composto por muitos evangélicos – daí o apelo a eles de candidatos com mensagens antiaborto –, situado na franja mais radical do Partido Republicano, o Tea Party foi um forte crítico do governo Obama (Hochschild, 2016).

Além disso, o apoio de veículos de mídia alinhados à direita, como o da emissora de TV Fox New e do site Breitbart – que tinha apoiado o Tea Party, promovendo uma agenda antiaborto, favorável a leis mais duras para imigração, com matérias preconceituosas (homofóbicas, misóginas) e que atuava como um agregador de sites menores que espalhavam mentiras e boatos (Mounk, 2019) –, bem como de personalidades do rádio e da internet conservadoras, foram valiosos para o fortalecimento da candidatura. O diretor executivo do site mencionado, Steve Bannon, passou a integrar o comitê central da campanha, como diretor, em agosto de 2016.

Associado ao Tradicionalismo e sua percepção da batalha cultural como o campo central de disputa política (Teitelbaum, 2020), em seus anos no Breitbart, Bannon desenvolveu uma contínua crítica ao casal Clinton e aos democratas, e se aproximou de agitadores de direita na internet – como os ligados ao *gamergate*[47] –, que seriam mais tarde conhecidos como membros da *alt right* (direita alternativa). Ele queria dar forma renovada – *alt-right* – à mídia de direita, o que explica essas ações. "Uma característica da mídia *alt-right* que a distingue da mídia

[46] No original: "Trump's rhetoric was blustery, but his message was direct: Americans are falling behind, victims of insiders who give preference to outsiders. It was nativist and xenophobic, and it struck an emotional chord with downtrodden working-class white men".

[47] Esse caso envolve uma campanha, principalmente no ambiente on-line, entre os anos de 2014 e 2015, contra uma jornalista da área de games, com forte componente misógino e extremista, que alguns veem como um episódio de ascensão da *alt-right* (Nagle, 2017; Romano, 2021). A hastag *#gamergate* foi utilizada para coordenar os ataques à jornalista, por isso o termo pelo qual o caso acabou conhecido.

conservadora tradicional é a falta de preocupação com a 'respeitabilidade' (Rahn 19 de agosto de 2016). Na prática, o impacto da notícia pode ser mais importante do que sua precisão"[48] (Penha-Lopes, 2022, capítulo 3, Mysogyny, para. 16). As lideranças da *alt-right* – como o próprio Bannon – se percebiam como uma espécie de vanguarda que poderia guiar as massas (Taibbi, 2017).

Aspecto também importante da participação de Bannon na campanha de Trump foi seu conhecimento do trabalho da Cambridge Analytica, pois ele foi do conselho dessa empresa, cinco meses antes da eleição. A partir da captura de dados de usuários e de seus amigos on-line do Facebook – por meio de brechas então existentes na governança da plataforma –, a empresa elaborava anúncios políticos com forte grau de personalização. Desse modo, a campanha de Trump gastou mais de 85 milhões de dólares com anúncios no Facebook que, dependendo do perfil do usuário, seriam pró-Trump ou anti-Hillary (Pybus, 2019). Além disso, a campanha de Trump fez uso "da capacidade de se alavancar nas funcionalidades mais inovadoras do Facebook graças a uma equipe de técnicos mobilizados pela empresa (que a campanha de Hillary recusara)" (Da Empoli, 2019, capítulo 3, para. 53). É exagerado dizer que a vitória eleitoral de Trump se deve a esses aspectos da campanha digital, no entanto, numa eleição em que o vencedor ganhou por pequena margem – com será mostrado –, certamente, essas táticas foram relevantes, podendo ter feito a diferença.

Por aspectos como esses, Bannon pode ser visto como um dos *engenheiros do caos*, conforme o termo de Da Empoli (2019), ou seja, os estrategistas dos políticos que entenderam que a "indignação, o medo, o preconceito, o insulto, a polêmica racista ou de gênero se propagam nas telas e proporcionam muito mais atenção e engajamento que os debates enfadonhos da velha política" (capítulo 3, para. 65). É claro que a adequação entre a forma e o conteúdo da campanha trumpista e o ambiente digital ajudava:

> A mensagem carregada de ódio de Trump foi quase feita sob medida para os algoritmos das redes sociais. Steve Bannon disse … que Trump não era apenas um homem raivoso, mas que também tinha a habilidade de explorar a ira dos outros: 'Fomos eleitos pelos slogans Drene o Pântano [*Drain the Swamp*], Prendam Ela [*Lock Her Up*] e Construa o Muro[49] [*Build a Wall*]. Isso era pura raiva'". (Kakutani, 2018, capítulo 7, para. 17)

---

[48] No original: "One characteristic of the alt-right media that distinguishes them from mainstream conservative media is the lack of concern for 'respectability' (Rahn August 19, 2016). In practice, the impact of the news may be more important than its accuracy".

[49] O primeiro slogan tem o sentido metafórico de erradicar o mal do governo federal, já que os pântanos são drenados para eliminar mosquitos transmissores de doenças, o segundo remete a uma investigação contra Hillary Clinton pelo uso de contas de e-mail privadas para assuntos de governo e o último à promessa de construir um muro entre os EUA e o México para impedir a entrada de imigrantes ilegais.

A disputa no interior do Partido Republicano começou a pender para Trump, conforme as propostas feitas por ele, bem como a forma como eram apresentadas e os ataques que ele fazia aos adversários passaram a dominar o debate público e a conversação privada sobre política. A característica de ser um relativo *outsider* também contou a favor de Trump, inclusive na disputa eleitoral, na qual enfrentaria uma candidata, Hillary Clinton, fortemente associada ao establishment político e econômico. A excessiva proximidade de Hillary com o mundo corporativo foi uma crítica do pré-candidato democrata Bernie Sanders, que Trump retomaria com mais força. "Por meio da brutalidade de sua linguagem e de suas provocações, através de seus discursos improvisados e de seus tweets, de suas piadas injuriosas e suas fanfarronices ingênuas, Trump exprime uma autenticidade que o distingue dos políticos profissionais" (Da Empoli, 2019, capítulo 4, para. 60). Entre os dezessete pré-candidatos republicanos, somente um, além de Trump, não tinha experiência política anterior.

Lideranças políticas do Partido Republicano tentaram conter a ascensão de Trump, temendo que os ressentimentos que a disputa das prévias geraram dividissem o partido. Havia ainda a percepção de que o comportamento controverso do candidato pudesse afastar parte expressiva do eleitorado – como os negros, latinos e mulheres –, levando o partido a um mau desempenho eleitoral. No entanto, o estilo de Trump encontrava adesão em parte do eleitorado – inclusive de pessoas sem preferência pelos republicanos – que passou a lhe dar ainda mais suporte, hostilizando seus críticos e impedindo a mudança de candidato.

A campanha de Trump se dirigiu a medos, queixas, suspeitas e à ira de parte dos eleitores quanto à condição do país e de suas vidas. Explorar os medos, por meio de uma retórica dura, como discutido anteriormente, é uma especialidade dos políticos populistas. Da mesma forma, propor soluções simplistas para os problemas. Ainda que ineficazes, elas têm a vantagem de ser compreensíveis e claramente endereçadas aos temores populares. Assim, a resposta ao crime seria ampliar o alcance da pena de morte – ainda que isso não dependesse apenas do presidente –; o desemprego seria enfrentando pela recuperação de empregos que os Estados Unidos tinham perdido com a transferência de suas empresas para outros países e pela deportação de milhares de imigrantes; o terrorismo islâmico seria combatido com a proibição de entrada de muçulmanos nos EUA e com ações militares no Oriente Médio; e o temor quanto à globalização, com novos e mais vantajosos acordos com parceiros comerciais como a China e o México (D'Antonio, 2016).

A ideia básica, motor da campanha, era que milhares de cidadãos que se sentiam sem poder e silenciados tinham, com Trump, ganhado voz. "Como uma eleitora de Trump, Patricia

Aguilar, de Everett, Massachusetts, contou ao *The New York Times*, Trump estava expressando o que as 'pessoas sentem realmente', mas 'todos nós estávamos com medo de dizer'"[50] (D'Antonio, 2016, Prefácio, para. 36). Entende-se, dessa perspectiva, a crítica de Trump ao *politicamente correto*, que ele associava aos democratas e que estaria se sobrepondo ao bom senso do povo. "Acho que o grande problema deste país é ser politicamente correto … Fui confrontado por tantas pessoas, não tenho, francamente, tempo para a correção política total. E, para ser honesto com vocês, esse país também não tem tempo"[51] (citado em Weigel, 2016, para. 6), disse ele, durante a campanha de 2016. A utilização da elástica noção de politicamente correto podia servir tanto para abonar as pesadas críticas aos adversários quanto como uma distração quando Trump era confrontado com acusações de más condutas. Foram várias as situações desse tipo, durante a campanha, principalmente, envolvendo sexismo e assédio sexual, xenofobia e acusações de racismo, bem como sobre o envolvimento e interferência do governo russo, particularmente no ambiente on-line, para beneficiar Trump, nas eleições.

O caso mais prejudicial foi quando o site do jornal *The Washington Post*, a um mês da eleição, publicou a gravação de um vídeo, de 2005, na qual Trump e o apresentador de TV Billy Bush tinham uma conversa informal, antes da participação no programa de fofocas *Access Hollywood*. Nela, ambos falam sobre mulheres e o candidato se expressa de maneira bastante vulgar, ao fazer comentários sobre uma mulher que trabalharia com ele. A repercussão foi imediata com condenação das palavras de Trump, e três outras mulheres, de diferentes gerações, o acusaram de mau comportamento, se somando a outras dezenas de casos, que o candidato negava. Quanto ao conteúdo do vídeo, inicialmente, Trump negou ter agido de modo incorreto, no entanto, pressionado pela opinião pública e por seu partido, fez uma espécie de pedido de desculpas. Por outro lado, Trump que, durante a campanha, atacou duramente a honra de sua adversária, acusando-a de ser desonesta, corrupta e incompetente, voltou suas críticas a Bill Clinton. Trump sugeriu que o comportamento do marido de Hillary em relação às mulheres e à fidelidade conjugal era pior do que as palavras ditas por ele.

A equipe da campanha presidencial de 2016 de Trump priorizou a busca de votos em estados com grande número de eleitores no colégio eleitoral dos Estados Unidos. A campanha

---

[50] No original: "As Trump voter Patricia Aguilar of Everett, Massachusetts, told *The New York Times*, Trump was expressing what 'people really feel' but 'we're all afraid to say it'".

[51] No original: "I think the big problem this country has is being politically correct … I've been challenged by so many people, I don't frankly have time for total political correctness. And to be honest with you, this country doesn't have time either".

concentrou-se, assim, nos estados do Cinturão da Ferrugem, no qual a ruidosa mensagem, com tons de bravata e isolacionismo, de Trump era bem acolhida por eleitores brancos da classe trabalhadora, e na Flórida, onde Obama tinha vencido por menos de um ponto percentual em 2012 (Allen & Parnes, 2017).

As pesquisas pré-eleição indicavam a vitória de Hillary Clinton, no entanto, a estratégia de Trump foi eficaz, para estupefação de muitos nos Estados Unidos e da imprensa mundial ("World Media Shock", 2016). Assim, embora o republicano tenha tido menos votos absolutos (62,9 milhões, 46,5% do total, incluindo *outros* e votos em branco) do que Hillary (65,8 milhões, 48,5%), seus números no colégio eleitoral foram bem maiores do que os dela (306 x 232), fazendo com que fosse o vencedor. Em alguns estados, a vitória foi bastante apertada, como "na Pensilvânia com 44.000 votos de dianteira em 6 milhões; com 22.000 em Wisconsin; e com apenas 11.000 em Michigan" (Da Empoli, 2019, capítulo 6, para. 10).

Vários fatores podem estar associados ao erro das pesquisas, como o *voto envergonhado* em Trump, porém, um dos mais importantes parece ter sido a não ponderação amostral da variável sobre o nível de educação nos levamentos (Cohn, 2017). Ou seja, mais pessoas com nível superior foram inqueridas – em comparação ao peso desse grupo no universo de eleitores. Uma pesquisa que buscou medir diferentes variáveis relacionados ao voto nessa eleição mostrou que Hillary teve uma dianteira de 21% entre eleitores com grau universitário. Essa pesquisa indicou ainda que Trump venceu entre os eleitores brancos (54%), principalmente entre os homens desse grupo (62% dos votos) e teve apenas 6% de votos de negros de maneira geral e 14% dos homens negros, perdeu entre as mulheres (39% contra 54% de Hillary) como um todo, mas ganhou, por dois pontos percentuais, da candidata democrata entre as mulheres brancas ("An Examination", 2018).

Na tarde do dia 9 de novembro, Hillary Clinton superou o estado de negação em que se encontrava (Allen & Parnes, 2017) e reconheceu a vitória do oponente. Não apenas ela estava incrédula – o espanto também era evidente na capa de jornais do mundo todo ao noticiarem o fato (Figura 4) –, afinal, a candidatura vista como piada por tantos havia, realmente, vencido e Trump se tornara o 45º presidente dos Estados Unidos.

Figura 4

Capas de jornais noticiando a vitória eleitoral de Trump em 2016

Nota. Primeiras páginas dos jornais *Los Angeles Times* (EUA), *Le Journal de Montreal* (Canadá) e *The Daily Telegraph* (Austrália), reproduzidas de: https://bit.ly/3T5uFLX.

4.1.4 Mandato e derrota na tentativa de reeleição

Trump tomou posse no cargo de presidente dos EUA no dia 20 de janeiro de 2017, aos 70 anos. A ocasião ficou pitorescamente marcada pela emergência da expressão *fatos alternativos*, utilizada pela ex-diretora da campanha, Kellyanne Conway, que fora nomeada como conselheira do presidente, para justificar a declaração do porta-voz da Casa Branca de que o público do evento tinha sido o maior de todos os tempos – o que não era o caso, como mostravam fotos que comparavam a posse de Obama e a de Trump (Fonseca, 2017). O discurso de posse reiterou os pontos principais de campanha e, no mesmo dia, Trump assinou ordem executiva buscando minar, conforme prometera, o Patient Protection and Affordable Care Act – o Obamacare. Também foram retiradas, do site da Casa Branca, páginas referentes às mudanças climáticas e aos direitos da população LGBTQIA+.

Apesar de ter vencido a eleição, ainda janeiro de 2017, Trump reforçou comentários que tinha feito em novembro de 2016, alegando que a eleição tinha sido fraudada, sem apresentar evidências disso (Merica et al., 2017) – num discurso de desinformação ecoado mais tarde por Bolsonaro.

Quanto ao seu governo, de maneira geral, houve consistência entre os pronunciamentos e o estilo da campanha e o que se viu na administração, com Trump tentando avançar uma agenda populista de direita, isolacionista e nativista, favorecida pelo fato de que, na eleição de

2016 os republicanos conseguiram manter a maioria nas duas casas do Congresso. Entre outras iniciativas nesse sentido estão: o corte de impostos para empresas e grupos de maior renda, em 2017; a indicação, entre 2017 e 2020, de três juízes para a Suprema Corte, com perfis que a levaram a adotar uma postura mais conservadora (Casagrande, 2022); o reconhecimento de Jerusalém como capital de Israel, em 2017, com a transferência da embaixada do país de Tel Aviv para esse cidade, no ano seguinte – o que se relaciona mais com um aceno ao eleitorado evangélico interno, que acredita no retorno de Jesus para essa cidade, do que com o apreço a Israel (Penha-Lopes, 2022); a retirada dos EUA da Parceria Transpacífica, uma proposta de livre comércio entre diversas nações banhadas pelo Oceano Pacífico, em 2019; o início da construção do muro na fronteira com o México, em 2017; a revogação de proteções ambientais e a retirada do país do Acordo de Paris e da Organização Mundial de Saúde (OMS), em 2020; diferentes ações de guerra comercial contra outros países, particularmente a China, procurando adotar uma atitude de protecionismo comercial.

Steve Bannon, que fora nomeado para o cargo de estrategista-chefe do governo acabou sendo demitido – assim como outros integrantes iniciais do governo que se indispuseram com Trump –, após um episódio controvertido: em 12 de agosto de 2017, vários grupos de direita se reuniram na manifestação *Unite the Right* (Unir a Direita), num parque na cidade de Charlottesville, no estado da Virgínia. O objetivo oficial dos participantes era protestar conta a retirada de uma estátua pública do general confederado da Guerra da Secessão Robert E. Lee. Compareceram, além de membros da *alt-right*, uma série de extremistas – nacionalistas brancos, neonazistas e membros da KKK –, muitos dos quais usavam o conhecido boné vermelho com a sigla trumpista MAGA (Make America Great Again). No entanto, uma multidão de opositores também apareceu e houve brigas entre os grupos, com intervenção policial; na confusão uma das contramanifestantes foi morta. O caso obrigou o presidente a se pronunciar e ele, acompanhando a sugestão de Bannon para não alienar sua base de apoiadores, construiu uma argumentação que criava equivalência entre os manifestantes: "Vou dizer uma coisa para vocês. Eu observei de muito perto … você tinha um grupo de um lado que era ruim. E você tinha um outro grupo do outro lado que também era muito violento"[52] (Politico Staff, 2017, para. 38). A fala foi criticada tanto por democratas quanto por republicanos e, para acalmar a situação, Trump foi obrigado a demitir Bannon, pela associação dele com o

[52] No original: "I will tell you something. I watched those very closely … you had a group on one side that was bad. And you had a group on the other side that was also very violent".

extremismo de direita (Teitelbaum, 2020).

Nas relações com a mídia, durante seu mandato, Trump manteve um padrão conflituoso, acusando constantemente a grande imprensa de ser desonesta e mentir. Sua equipe produziu um anúncio televisivo (Trump, 2017) para celebrar as realizações dos cem primeiros dias de governo que possuía um pequeno trecho com a imagem de jornalistas profissionais e, sobre eles, surgia o texto *fake news*. Por conta disso, grandes emissores de TV – CNN, ABC, CBS e NBC – se recusaram a exibir o anúncio, e uma reportagem sobre o assunto notava que a "relação polêmica do Presidente Trump com a grande imprensa incluiu a proibição da CNN e de publicações como o New York Times e o Politico de participarem dos briefings da Casa Branca"[53] (Yee, 2017, para. 7). Por outro lado, Trump manteve um forte padrão de uso das mídias sociais, particularmente o Twitter, em sua conta pessoal, para se comunicar com a população, mantendo um tom por vezes jocoso e informal, no que qual se percebem marcas da comunicação populista, como será evidenciado no capítulo 5.

Trump herdou uma economia em bom estado, em um ciclo de crescimento, e um ano após sua posse o índice de desemprego era o menor dos EUA em dezessete anos ("Desemprego nos EUA", 2017). No entanto, nas eleições de novembro de 2018 o GOP perdeu o controle da Câmara dos Deputados, o que foi um revés para o presidente. Com o controle dessa Casa, os democratas puderam avançar ações que o constrangiam. A principal foi um pedido de impeachment, iniciado em setembro de 2019, sob a alegação de que, numa conversa com o presidente da Ucrânia, Trump teria feito pressões para que ele fizesse investigações dos negócios do político democrata Joe Biden e do filho dele no país. Após mais de dois meses de investigações, a Câmara aprovou a impugnação de Trump por abuso do poder e de obstrução do Congresso. No entanto, a medida tinha que ser ratificada pelo Senado, onde os republicanos tinham maioria, que acabou absolvendo o presidente.

O maior problema da administração Trump, que a marcou fortemente, foi a crise decorrente da pandemia de Covid-19. Nos primeiros meses de 2020 o presidente teve uma atitude negacionista, acusando a oposição e a imprensa de exagerarem os temores, também foi preconceituoso chamando o coronavírus de *vírus chinês* ou *kung flu*. No entanto, conforme a doença se disseminava e as mortes aumentavam no país, adotou uma abordagem mais sóbria e realista, embora lançasse mensagens ambíguas: enquanto as orientações da agência de saúde do

[53] No original: "President Trump's contentious relationship with the mainstream press has included banning CNN and publishers like the New York Times and Politico from White House briefings".

governo federal apoiavam as restrições à circulação de pessoas e o uso de máscaras para conter o vírus, Trump criticou governadores democratas que adotavam medidas desse tipo e geralmente não usava máscaras. Em meados de março o governo decretou emergência nacional, mas não chegou a desenvolver um esforço de articulação com os estados para uma política de combate ao vírus unificada, não foi criado um plano de vacinação nacional. Foi também em meio à pandemia que Trump optou por retirar os Estados Unidos da OMS. Em julho de 2020, o país atingiu 131 mil mortos e mais de 2,8 milhões de casos (Worldometer, 2022a), e a trajetória da doença era ascendente.

A pandemia afetou as condições nos quais se realizaria a campanha eleitoral de 2020, bem como a própria eleição, sendo até cogitado o adiamento dela. Houve um número recorde de votos pelo correio, o que atrasou a contagem dos votos, favorecendo os discursos conspiratórios que Trump faria sobre fraude eleitoral – a maioria dos votos postais era para o candidato democrata Joe Biden. Ex-vice de Barack Obama, o centrista Biden vencera as prévias do partido, procurando unificá-lo contra Trump, e escolheu uma mulher negra para compor sua chapa como vice-presidente, a senadora pela Califórnia Kamala Harris. Durante a campanha atacou a gestão de Trump em várias questões, como a política ambiental; o tratamento às minorias; a gestão da saúde, prometendo fortalecer o Obamacare e; principalmente, o modo como o governo lidara com o coronavírus, que afetou a economia do país, colocando-a em recessão. Mais da metade da população (56%) desaprovava a gestão da pandemia pelo governo (Montanaro, 2020).

Dois dias após o primeiro debate entre os candidatos à presidência, realizado em 29 de setembro e marcado por ofensas mútuas, Trump foi diagnosticado com Covid, o que foi um golpe à sua campanha, que procurava desviar o foco desse tema (Siders & Mahtesian, 2020). Num clima de forte polarização, a eleição registrou um número expressivo de votantes, mais de 158 milhões de eleitores – com cerca de cem milhões de votos antecipados –, representando a maior participação eleitoral desde 1990. A eleições foi realizada em 3 de novembro, e a contagem de votos durou vários dias, numa situação de indefinição sobre o resultado. Com isso, no dia 4, Trump fez afirmações mentirosas ou infundadas, como as de que estaria vencendo em estados importantes e de que haveria fraude na contagem dos votos (Timm, 2020). No dia 7, as projeções sobre a contagem indicavam que Biden venceria e, na noite desse dia, ele fez um discurso celebrando o êxito. A vitória de Biden foi projetada em 7 de novembro, mas Trump recusou-se a aceitar a derrota, continuando suas alegações infundadas sobre fraudes. Também deu início a diversas ações judiciais, buscando reverter os resultados em determinados estados.

Nenhum desses esforços teve sucesso. A totalização final da contagem mostrou um resultado de 81,3 milhões de votos a Biden e 74,2 milhões a Trump, e em meados de dezembro, o Colégio Eleitoral formalizou a vitória da chapa Biden-Harris, com 306 votos, contra 232 para Trump e seu vice, Mike Pence. Em 6 de janeiro de 2021, em meio a tumultos estimulados pelo presidente, o Congresso dos Estados Unidos, numa sessão simbólica, contou os votos do colegiado e ratificou oficialmente a vitória de Biden.

Trump estimulou seus apoiadores a protestar, por suas falas contestatórias do resultado e tweets em que os convocava para um "Grande protesto em Washington, em 6 de janeiro. Esteja lá, será selvagem"[54] (Trump, 2021) – conforme essa postagem de 19 de dezembro e outras. Além disso, sua inação em reprimir manifestantes e demorar para pedir que eles se dispersassem também foi suspeita. É provável que, com maiores números de apoiadores, com apoio militar e sem repressão policial, Trump tentasse se manter no poder, por um golpe de estado. No entanto, isso não ocorreu e tanto o Twitter quanto o Facebook cancelaram as contas de Trump, alegando que ele poderia incitar violência. A investigação sobre esse episódio, e o papel do ex-presidente nele, além de outras, como sobre a guarda por Trump de documentos oficiais e sigilosos do governo, que levou à busca e apreensão desses, pelo FBI, na residência do ex-presidente em agosto de 2022 (Mano, 2022), tornam incerto o plano de uma nova candidatura presidencial que ele parecia cultivar.

4.2 Trajetória e contexto de Bolsonaro

Jair Messias Bolsonaro nasceu, em 21 de março de 1955, na pequena cidade de Glicério, no interior do estado de São Paulo, na região do Vale do Ribeira. Terceiro filho da família formada por seu pai, Geraldo, um dentista prático, e sua mãe, Olinda, uma dona de casa; Bolsonaro tinha outros cinco irmãos, dois homens e três mulheres. A gravidez complicada da mãe explica o nome do meio, atribuindo à religião cristã o nascimento do filho. A família mudou para várias cidades do interior, fixando-se em Eldorado, também no Vale do Ribeira, onde Jair Bolsonaro passou a infância típica de uma criança dos meios populares: assistia a filmes do comediante Mazzaropi, ouvia música caipira no rádio, jogava futebol na praça, caçava passarinhos com espingarda de chumbinho, e procurava ganhar algum dinheiro com a pesca e a extração de palmito de uma fazenda administrada pelo pai. Por ser alto e ter pele branca, era

[54] No original: "Big protest in D.C. on January 6th. Be there, will be wild!".

chamado de *Palmito*, o que seria a origem do apelido *Mito* (Carneiro, 2018).

Em Eldorado, viveu um episódio, que relembra sempre, acrescentando detalhes talvez imaginários, a respeito de sua participação no combate à guerrilha contra a ditadura militar. Foi nessa cidade que Carlos Lamarca, ex-capitão do Exército e que era então líder da revivida Vanguarda Popular Revolucionária (VPR), montou uma base de treinamento. Em 1970, o grupo do guerrilheiro trocou tiros com seis membros do destacamento policial da cidade, ferindo três deles. Os militares foram em busca dos guerrilheiros e Bolsonaro alega tê-los ajudado, guiando-os em meio às matas da região. Como nota Carvalho (2019), não é impossível que isso tenha ocorrido e que Bolsonaro e outros moradores tenham "fornecido uma ou outra indicação aos oficiais do Exército. Mas, se foi assim, foram dicas inúteis, pois àquela altura Lamarca já furara o cerco; ele só seria capturado mais de um ano depois, na Bahia" (capítulo 1, para. 20).

4.2.1 Carreira militar

Ao ajudar os soldados em Eldorado, Bolsonaro conta ter ganho um folheto que informava sobre um concurso para a Escola Preparatória de Cadetes do Exército (EsPCEx) que o interessou. Prestou-o e foi aprovado. Começando a estudar em 1973, no entanto, não percebeu que deveria ter feito o concurso para a Academia Militar Agulhas Negras (Aman), já que completara o científico (equivalente hoje ao ensino médio). Assim, no final de 1973, fez o concurso e foi aprovado para a Aman. Começou a estudar lá em 1974. Como o nível de exigência nos estudos era mais alto, pensou em desistir, mas – aconselhado pelo pai – persistiu.

Destacou-se mais em atividades físicas do que em estudos acadêmicos e ganhou o apelido de *Cavalão*, pela saúde e força física que o fizeram integrar posteriormente a equipe de pentatlo da Aman. A equipe de instrutores, na época, tinha vários oficiais que participaram do combate à guerrilha do Araguaia, o que parece ter reforçado o anticomunismo, já existente, de Bolsonaro. Ele fez, no último ano da Academia, um curso de paraquedismo e formou-se na turma de 1977. Serviu depois, com 22 anos, como aspirante a oficial de artilharia no bairro carioca de São Cristovão e, durante um treinamento, salvou um soldado negro de afogamento, história que repetiria muitas vezes para se defender da acusação de racismo.

Em julho de 1979, se casou com Rogéria Nantes Nunes Braga, em Resende. Nesse mesmo ano, a seu pedido, Bolsonaro se transferiu do Rio de Janeiro para a longínqua cidade de Nioaque, no Mato Grosso do Sul (MS), onde ficou até 1981. Disse que essa opção se explica pelo ímpeto patriótico de estar numa região de fronteira. Ainda que verdadeira, essa motivação

era acompanhada por outras de caráter material, pois, nessa ocasião, desenvolveu atividades como agricultor. Também foi acusado, por uma carta anônima enviada ao Exército, de se dedicar ao contrabando a partir do Paraguai. Quando deixou o MS era pai do seu primeiro filho, Flávio, que nascera em abril de 1981.

De volta ao Rio de Janeiro, em 1982, fez o curso de instrutor na Escola de Educação Física do Exército e se incorporou ao 8º Grupo de Artilharia de Campanha Paraquedista (GAC/PQDT), onde ficaria até 1987. Ainda em 1982, em novembro, nasceu seu segundo filho, Carlos. No ano seguinte, Bolsonaro recebeu repreensão de um superior em sua ficha de informação por ter, em suas férias, garimpado na Bahia, o que segundo o oficial teria evidenciado "imaturidade" e "excessiva ambição em realizar-se financeira e economicamente" (citado em Carvalho, 2019, capítulo 5, para. 5). Em 1983, aos 28 anos, foi promovido por antiguidade a capitão e, no ano seguinte, nasceria seu terceiro filho, Eduardo.

O Brasil vivia em 1986, o período da Nova República, com o governo civil de José Sarney. Ao lado das esperanças democráticas, havia sérias dificuldades econômicas para os assalariados devido à inflação. No meio militar também existia descontentamento com os soldos. "Bolsonaro não se conformava com os baixos salários da tropa e reclamava muito no quartel. Inúmeras vezes, foi repreendido por superiores, que não admitiam esse tipo de contestação em suas fileiras" (Saint-Clair, 2018, capítulo 4, para. 3).

Nesse sentido, encontrou uma oportunidade para externar seu descontentamento quando foi convidado pela revista informativa *Veja*, na época a de maior prestígio no mundo político do país e com grande tiragem – alguns números chegavam a um milhão de exemplares –, para escrever artigo para a seção Ponto de Vista. O artigo, que seria publicado numa edição de setembro de 1985, teve o título "O Salário Está Baixo" (Figura 5). Pode-se dizer que esse artigo foi o nascimento da *figura pública e midiática* de Bolsonaro. Conforme o jornalista José Carlos de Andrade, que sugeriu o nome de Bolsonaro para uma pauta:

> Ele ainda era um total desconhecido fora da caserna, mas quem tinha fonte no meio militar sabia das insatisfações. O Clube Militar, intramuros, dava força aos protestos do jovem capitão. Ele já contava com o apoio de generais de pijama, e não foi num repente que resolveu meter a cara. Eu acredito que tinha projeto para seguir na política partidária, sacado por alguns oficiais que o estimularam a representar a classe verde-oliva, como ponto de partida. Foi o "Ponto de Vista" que o projetou nacionalmente. (citado em Carvalho, 2019, capítulo 7, para. 22)

No artigo, em sete parágrafos, ele fazia uma série de críticas à situação – particularmente salarial – das Forças Armadas. Notava que os desligamentos de oficiais da Aman estavam

ocorrendo não por desvios de conduta, como a imprensa da época divulgara, mas sim devido à crise financeira e falta de perspectivas dos cadetes. No último parágrafo dizia saber que corria o risco de, pelo artigo, ter a carreira prejudicada, mas

> A imposição da crise e da falta de perspectiva que enfrentamos é maior. Sou um cidadão brasileiro cumpridor dos meus deveres, patriota e portador de uma excelente folha de serviços. Apesar disso, não consigo sonhar com as necessidades mínimas que uma pessoa do meu nível cultural e social poderia almejar. Amo o Brasil e não sofro de nenhum desvio vocacional. *Brasil acima de tudo* [Ênfase adicionada]. (Bolsonaro citado em Carvalho, 2019, capítulo 7, para. 11)

A última frase mais tarde seria incorporada ao nome da coligação da campanha presidencial de Bolsonaro ("Brasil acima de tudo, Deus acima de todos"), transformando-se também em slogan dela. E a sua origem remete a um brado da Brigada de Infantaria Paraquedista do Exército, criado pouco antes da edição do Ato Institucional nº 5 (AI -5), usado por um grupo de capitães paraquedistas nacionalistas, que se autointitulavam Centelha Nativista. Segundo algumas fontes, Bolsonaro teria vínculo com o grupo – Carvalho (2019) cita uma reportagem do jornal *O Globo*, de 1987, que afirma isso. Para o coronel Claudio Tavares Casali, esse grupo tinha como objetivo ressuscitar os valores de nacionalistas, "de amor ao Brasil e de criar meios que reforçassem a identidade nacional e evitassem a fragmentação do povo pela ideologia e exploração de dissensos da sociedade dividindo o povo nos termos da velha luta de classes do marxismo" (citado em Seto, 2018, para. 3).

Observa-se, portanto, como dimensões nacionalistas e anticomunistas estiveram presentes na formação militar de Bolsonaro. Voltando à discussão do artigo de *Veja*, ele caiu como uma bomba no meio militar, constrangendo o ministro do Exército, na ocasião, o general Leônidas Pires Gonçalves, e obrigando algum tipo de resposta. O ministro soltou uma nota em que disse que o texto era um ato de indisciplina. Como tal, seria necessário aplicar uma punição ao capitão, pela infração ao Regulamento Disciplinar do Exército (RDE), que o impedia de ter feito isso sem a autorização de seu superior. Bolsonaro recebeu, assim, uma pena de quinze dias de detenção, mas ganhou a solidariedade de diversos colegas e o caso recebeu atenção da mídia, numa série de reportagens sobre o assunto e o tema da insatisfação salarial dos militares.

De acordo com a revista *Veja*, ele recebera 150 telegramas de solidariedade assinados por oficiais da ativa e da reserva de todo o país. Também contara com apoio público de oficiais do Instituto Militar de Engenharia (IME), sediado no Rio, e de um grupo de mulheres de militares que enviaram um documento ao ministro do Exército (Carvalho, 2019). Um dos telegramas de solidariedade a Bolsonaro veio general da reserva de extrema direita Newton de

Oliveira Cruz, ex-chefe do Centro de Informações do Exército (CIEx) no governo do general João Figueiredo. Cruz era, então, candidato à Constituinte pelo Partido Democrático Social (PDS) – o partido governista do regime militar que sucedeu a Aliança Renovadora Nacional (ARENA) – do Rio de Janeiro. Curiosamente, devido aos valores ideológicos do capitão, um relatório confidencial do Centro de Informações da Aeronáutica (Cisa) registrou preocupação sobre possíveis efeitos de *infiltração comunista*, devido ao caso (Saint-Clair, 2018).

Bolsonaro externara o que muitos militares queriam dizer e o governo Sarney, no fim do ano, concedeu o direito ao 13º salarial a eles. Assim, após o período de detenção, ele retornou ao seu cotidiano no Exército, mas, pouco menos de um ano depois, um caso mais grave de indisciplina, envolvendo de novo a revista *Veja*, levaria ao fim de sua carreira militar.

A partir da polêmica do artigo de *Veja*, ele se tornou fonte da revista e recebeu uma visita da repórter Cassia Maria Rodrigues que queria ter informações sobre a repercussão no ambiente militar da punição a outra capitão, num caso parecido com o de Bolsonaro. A repórter, no entanto, acabou descobrindo algo mais relevante: um plano para fazer pequenas explosões nos banheiros de unidades militares, sem a intenção de ferir ninguém, apenas pressionar o governo a dar aumento para a categoria. Ao longo da conversa com outro militar, o capitão Fábio Passos da Silva, com a esposa dele e com Bolsonaro, ela obteve informações sobre o plano da chamada operação *Beco sem Saída*. Bolsonaro chegou a expor e desenhar como se poderia fabricar uma bomba-relógio. Havia um acordo de sigilo entre a jornalista e suas fontes, mas ela se sentiu desobrigada a cumpri-lo pelo assunto envolver um tema de segurança. A informação foi, então, publicada como texto de apoio – no jargão jornalístico, um boxe – de uma reportagem mais ampla sobre a insatisfação dos militares, publicada na edição 999 de *Veja* (Figura 6). Já no dia em que a revista circulou, um domingo, 25 de outubro de 1986, Bolsonaro e o capitão Fábio foram convocados a prestar esclarecimentos tarde da noite.

Assim como Fábio, Bolsonaro disse considerar a matéria uma fantasia e que, ao ser procurado pela repórter, teria dito para ela ir conversar com o comandante da Escola de Aperfeiçoamento de Oficiais (EsAO) – onde ele estudava. Ambos redigiram e assinaram um relato sobre os fatos e foram dispensados. Vários veículos repercutiram a matéria de *Veja*, assim como o desmentido dos militares. Na terça-feira da semana seguinte, o ministro Leônidas Pires Gonçalves, deu uma entrevista em que afirmou acreditar na versão dos dois capitães e que, por isso, não seria necessária uma apuração do caso.

A revista *Veja*, entretanto, respondeu o ministro, já na semana seguinte, com a matéria "De Próprio Punho", na qual dizia que Bolsonaro e Fábio tinham mentido, as provas seriam o

desenho do esboço de bomba feito pelo primeiro (Figura 5) e testemunhas das conversas.

Figura 5
Matérias da revista Veja com Bolsonaro

Nota. Matérias com Bolsonaro dos números 939, 999 e 1000 de *Veja*. Reproduzidas, respectivamente, de: https://bit.ly/3wk6K1O, https://bit.ly/3PEi4g6 e https://bit.ly/3cf4yl9.

Apesar da fala do ministro do Exército, na verdade, já havia sido aberta uma sindicância sobre o caso no dia 27 de outubro, na EsAO, que teve como primeiro inquirido o próprio Bolsonaro. E, com a nova matéria de *Veja*, a situação da dupla de militares piorou. Bolsonaro deu vários depoimentos, assim como outros envolvidos – como os profissionais de *Veja* –, e foram feitos exames para comparar os desenhos que a revista publicara com a caligrafia dele. Com isso, os coronéis que o julgaram foram unânimes em o condenar. No entanto, a decisão precisaria ser ratificada ou não pelo Superior Tribunal Militar (STM), cabendo recurso. Bolsonaro recorreu, argumentando que houve um empate entre as perícias que buscaram atestar se a autoria dos desenhos era dele ou não.

Os ministros acolheram o argumento, e o inocentaram por oito votos a quatro. Mas, como discute Carvalho (2019), não houve um empate entre as perícias, pois a quarta perícia, atestando a autoria de Bolsonaro, retificava a segunda, cujo resultado era inconclusivo. Desse modo, havia duas perícias apontando o capitão como autor e uma não conclusiva, e não empate, conforme a argumentação do recurso feito por Bolsonaro. A defesa foi feita pelo próprio acusado, o que, especula Carvalho (2019), pode ser relacionado à "litigância de má-fé que a distorção na leitura dos laudos poderia caracterizar" (capítulo 12, para. 18). Como mostra a análise da gravação desse julgamento, ele foi cheio de

> singularidades. Uma delas é *Veja* e sua repórter terem virado saco de pancadas dos ministros militares. Outras permitem aventar, com base também na análise da documentação, um jogo combinado para preservar o capitão – o espírito de corpo militar, dito de outra forma –, desde que ele apressasse sua saída do Exército. E foi o que ele fez, seis meses depois, sem a mácula indelével de uma condenação, depois de se eleger vereador no Rio de Janeiro. (Introdução, para. 9)

De acordo com Saint-Clair (2018), o ministro do Exército não ficou satisfeito com o resultado do julgamento e Bolsonaro poderia ser novamente julgado. Isso foi comunicado a ele por um colega. A partir dessa informação, ele decidiu se candidatar a vereador pelo Rio de Janeiro, obtendo uma licença do quartel, desde julho de 1988, apostando na notoriedade que sua defesa de melhores salários para os militares lhe garantira. Esse movimento o levou a se afastar, assim, da carreira militar.

4.2.2 Início da carreira política

Bolsonaro ingressou no Partido Democrata Cristão (PDC) poucos dias antes do prazo de filiação partidária exigido aos candidatos. O partido era presidido por um militar da reserva e sua candidatura ganhou repercussão na imprensa. A campanha estava baseada no eleitorado militar e ele fez panfletagens em lugares em que havia concentração deles, como a estação ferroviária da Central do Brasil, portas de quarteis e conjuntos habitacionais destinados a eles (Saint-Clair, 2018). Isso foi suficiente para que obtivesse mais de onze mil votos e, contando com os votos do partido, conseguiu ser eleito. Desse modo, acabou, em 1988, passando para a reserva remunerada do Exército, aproveitando uma lei que obriga essa medida após a diplomação de militares para cargo eletivo (Carneiro, 2018). Naquele momento, Bolsonaro fazia "sucesso nas baixas patentes, [mas] é visto com desconfiança pelo comando e tratado como um 'bunda-suja' – termo usado pelos militares com mais estrelas para se referir aos que não alcançaram posições mais altas na carreira" (Saint-Clair, 2018, capítulo 8, para. 8). É provável que, nesse momento, os militares de patente mais alta tivessem a mesma opinião que o penúltimo general presidente da ditadura militar, Ernesto Geisel, externara sobre Bolsonaro: "um mau militar" (D'Araujo & Castro, 1997, p. 113), conforme disse numa entrevista para pesquisadores da Fundação Getúlio Vargas (FGV).

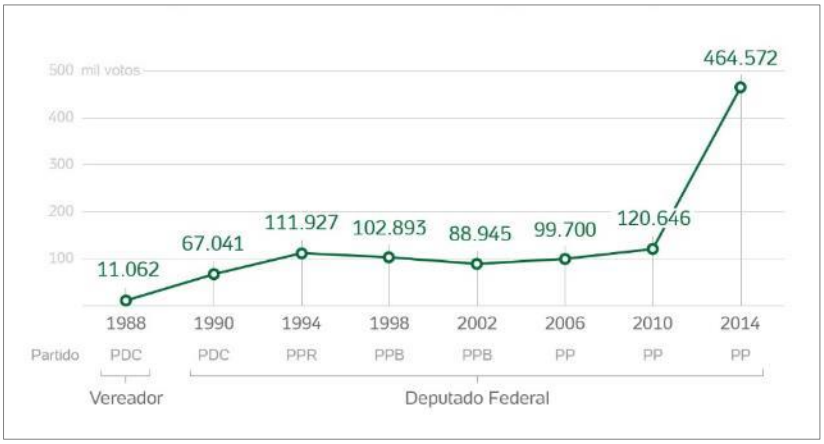
O início do mandato como vereador foi discreto, mas ganhou certo destaque na imprensa em abril de 1989, quando aliou-se a outros vereadores contra a criação de cargos de assessores para a Câmara e ao votar contra o aumento do Imposto Predial e Territorial Urbano (IPTU). Também adotou outros posicionamentos moralizadores, sendo contra os pagamentos por

sessões extraordinárias, além de e utilizar com frequência a seção de cartas de leitores de jornais para

> desferir ataques ao PT; denunciar os baixos salários da tropa e das pensões de ex-combatentes; a falta de isonomia entre os vencimentos da PM e dos Bombeiros em relação ao soldo dos militares das Forças Armadas; as condições precárias dos hospitais militares e do Fundo de Saúde do Exército. (Saint-Clair, 2018, capítulo 8, para. 47)

É nesse momento também, segundo Saint-Clair (2018), que ele teria percebido que ter um comportamento agressivo e impulsivo era uma forma eficaz de garantir espaço na mídia. Desse modo, começara a forjar o personagem do *Mito*. Com base nessas estratégias, foi candidato a deputado federal e, mesmo sem forte apoio partidário, conseguiu ser eleito com boa votação – 67 mil votos, sendo o 6º mais votado no estado. Renunciou ao cargo de vereador e foi empossado no primeiro de seus sete mandatos consecutivos como deputado federal pelo Rio de Janeiro, por quatro diferentes partidos, sendo que na última eleição legislativa que disputou foi o deputado federal mais votado do Rio de Janeiro (Figura 6).

Figura 6
Votações de Jair Bolsonaro para cargos legislativos



Nota. Reproduzido de "O poder do mito: A trajetória de Jair Messias Bolsonaro, de militar rebelde a presidente do Brasil", de G. Azevedo, *UOL*, 2018 (https://bit.ly/2PoUVDk).

A significativa votação em 2014, precocemente o animou a planejar a futura candidatura presidencial: já nesse ano, Bolsonaro anunciou que seria o candidato da direita à presidência em 2018 (Moraes, 2014). Esse projeto possivelmente justificou o seu breve período, a partir de 2017, no Partido Social Cristão (PSC), presidido pelo pastor Everaldo Dias Pereira, pois já percebia o potencial do eleitorado evangélico. "Bolsonaro – que é católico, mas foi batizado

simbolicamente na religião evangélica, pelo pastor Everaldo, no rio Jordão, em Israel, junto com os filhos, no começo deste ano – encontrou na nova casa um campo fértil para suas pregações" (Dieguez, 2016, para. 8). Outro elo com os evangélicos é que a atual esposa de Bolsonaro, Michelle de Paulo Firmo Reinaldo Bolsonaro, é frequentadora da Assembleia de Deus Vitória em Cristo, do pastor Silas Malafaia, e eles se casaram nela, em 2013, após uma união de seis anos, da qual já tinham a única filha mulher do presidente, Laura, então com dois anos. O casal frequenta cultos e eventos evangélicos pelo país.

4.2.3 O partido da família

Ao longo de sua carreira política, Bolsonaro esteve em dez partidos: PDC (1987-1993), Partido Progressista Reformador - PPR (1993-95), Partido Progressista Brasileiro - PPB (1995-2003), Partido Trabalhista Brasileiro - PTB (2003-2005), Partido da Frente Liberal - PFL (2005), Partido Progressista - PP (2005-2016), PSC (2016-2017), Partido Social Liberal - PSL (2018-2019) e Partido Liberal - PL (2021-). Depois que deixou o PSL, pelo qual tinha sido eleito para presidência, após divergência com a cúpula da sigla, tentou organizar um novo partido, a Aliança pelo Brasil, no entanto, o projeto não se concretizou. As três primeiras mudanças de partido são explicadas pela alteração do nome da sigla, devido a fusões partidárias. O arco ideológico dos partidos em que esteve é consistente: eram partidos mais próximos da direita quando Bolsonaro ingressou neles. As mudanças partidárias podem ser atribuídas à busca de mais espaço nos partidos a fim de acolher seus familiares – que procurava inserir na política a partir do seu prestígio.

Com ironia, uma jornalista observou que "O partido de Bolsonaro sempre foi a família. A família dele" (Oyama, 2020, p. 200). É notável como introduziu os familiares na atividade – as candidaturas, votações e partidos deles são mostrados na Tabela 3 –, começando por sua primeira esposa, Rogéria, que o havia ajudado em campanhas anteriores liderando mulheres de outros oficiais. Bolsonaro, já como deputado federal, ajudou a campanha vitoriosa dela, em 1992, para vereadora pelo Rio de Janeiro. De acordo com diferentes políticos, ela teria sido uma parlamentar dedicada, atuando em temas como a defesa da mulher, planejamento familiar e deficiência física. Talvez por isso tenha conseguido, praticamente, o triplo de votos na eleição seguinte. Entretanto, ela e Bolsonaro passaram a ter desavenças, segundo ele, pelo fato de Rogéria ter deixado de consultá-lo, antes de votar questões controversas, sendo influenciada por outros vereadores ("Bolsonaro Tirou", 2018). Em 1997, eles se separaram e Bolsonaro

retaliou a ex-esposa na eleição de 2000, não apenas retirando o apoio, mas lançando o filho Carlos como candidato a vereador. Ele foi eleito, a mãe obteve apenas uma suplência. Como Carlos, na época da campanha, tinha apenas 17 anos – foi o vereador mais jovem eleito até hoje –, teve que ser emancipado, e só tomou posse por ter feito 18 anos antes disso.

Tabela 3
Desempenho eleitoral em eleições legislativas de membros da família Bolsonaro

Familiar/ Ano da eleição	1992	1996	2000 2002*	2004 2006*	2008 2010*	2012 2014*	2016	2018 2020*
Rogéria N. B. Bolsonaro	7,9 mil (PPR) Vereadora	24,9 mil (PPB) Vereadora	*5,1 mil (PMDB)* Vereadora	–	–	–	–	2 mil (Rep.) Vereadora
Carlos Bolsonaro	–	–	16 mi (PPB) Vereador	22,3 mil (PTB) Vereador	28,2 mil (PP) Vereador	23,7 mil (PP) Vereador	106,7 mil (PSC) Vereador	71 mil (Rep.) Vereador
Flávio Bolsonaro	–	–	31 mil (PP) Dep. Est.	43 mil (PP) Dep. Est.	58,3 mil (PP) Dep. Est.	160 mil (PP) Dep. Est.	–	4,4 milhões (PSL) Senador
Eduardo Bolsonaro	–	–	–	–	–	82,4 mil (PSC) Dep. Fed.	–	1,8 milhão (PSL) Dep. Fed.
Ana Cristina Siqueira Valle (Cristina Bolsonaro)	–	–	–	–	–	–	–	*4,5 mil (PODE) Dep. Fed.*

Nota. Elaboração da autora. Em itálico são indicados os casos em que a votação não foi suficiente para eleger as candidatas. Os dados foram obtidas de várias fontes, oficiais ou jornalísticas. * Na segunda linha é mostrado o ano de eleição para deputado estadual, federal ou senador.

Dando continuidade a esse projeto de poder com base na família, em 2002, o primeiro filho de Bolsonaro – que tem o hábito de chamá-los de Zero Um, Zero Dois e Zero Três, conforme a ordem de nascimento, num padrão que imita o Exército –, Flávio, foi eleito deputado estadual e se manteve na Assembleia Estadual do Rio por outros três mandatos. Ele tentou ser prefeito do Rio, em 2016, mas ficou apenas em quarto lugar na disputa e foi eleito senador pelo Rio, dois anos depois, com grande votação. O filho Zero Três, Eduardo, conseguiu se eleger – estrategicamente por São Paulo, embora não tenha raízes no estado – deputado federal, em 2014, e obteve, para o mesmo cargo, uma votação recorde, em 2018, aproveitando, assim como o irmão Flávio, a popularidade do pai, candidato então à presidência. Há ainda o caso da segunda mulher de Bolsonaro, com quem, a partir de 1997, ele viveu cerca de dez anos e teve mais um filho, Renan, já no primeiro ano de relacionamento do casal. Ela retomou o sobrenome do ex-companheiro, apesar de ter tido vários litígios judiciais com ele (Saint-Clair,

2018), tentando aproveitar a onda eleitoral bolsonarista de 2018, mas não conseguiu votos suficientes para se eleger deputada federal. No ano de 2020, houve a curiosa situação de 78 candidatos terem utilizado o sobrenome Bolsonaro – desde parentes, a pessoas que, com ou sem autorização, adotaram-no (Parreira & Vasconcellos, 2020) –, no entanto, o único eleito foi Carlos, o Zero Dois, com cerca de um terço a menos de votos que na eleição anterior. O fenômeno eleitoral que associação com Bolsonaro provocara em 2018 tinha passado.

Os filhos políticos de Bolsonaro encampam e propagam as bandeiras ideológicas do pai, ligadas à segurança – com distribuição de comendas a agentes de segurança –, ao armamentismo da população, favoráveis à pena de morte e à redução da maioridade penal. Defendem ainda valores morais conservadores no plano dos costumes, da sexualidade e da reprodução, sendo contra a homossexualidade e o aborto. É possível que tentem dar maior substrato intelectual e coesão à plataforma de extrema direita da família, o que explicaria a proximidade com Olavo de Carvalho – de quem Eduardo se tornou próximo, tendo participado de uma das turmas do Curso On-line de Filosofia (COF) ofertada por ele, em 2017. O filho de Bolsonaro chegou a dizer que "Não teria sido possível vencer a eleição sem Olavo. Sem Olavo, não haveria o presidente Bolsonaro"[55] (citado em Wink, 2021, p. 213). Além disso, em 2019, ele foi anunciado como embaixador sul-americano do *The Movement* (O Movimento), articulação criada por Steve Bannon para unir lideranças ultradireitistas mundiais (Pires, 2020).

Longe das cúpulas partidárias – antes da eleição presidencial –, e por isso, em certa medida, de olhos mais vigilantes da imprensa, Bolsonaro e os filhos não estiveram envolvidos nos escândalos de corrupção mais noticiados nos últimos no Brasil, como os que decorrem da operação Lava Jato e, antes dela, do chamado *mensalão*. Apesar disso, a imprensa fez acusações de uso inadequado da verba de gabinete e de nepotismo ao atual presidente, que, por exemplo, nomeara em seu gabinete sua atual mulher, Michelle, em setembro de 2007, quando já mantinham relacionamento amoroso, só exonerando-a em novembro do ano seguinte (Saint-Clair, 2018). Bolsonaro costuma se gabar de suposto elogio feito pelo então ministro do STF Joaquim Barbosa: "Já está na história que ele mesmo [Barbosa] disse que só Bolsonaro não foi comprado pelo PT no esquema de corrupção conhecido como mensalão" (citado em "Joaquim Barbosa", 2018). No entanto, trata-se de uma distorção, pois ele sequer foi investigado e Barbosa buscou retificá-lo ("Joaquim Barbosa", 2018), dizendo que apenas notou que o

[55] No original: "It wouldn't have been possible to win the elections without Olavo. Without Olavo, there wouldn't be president Bolsonaro".

parlamentar foi o único de seu partido que votou contra uma proposta do Partido dos Trabalhadores (PT) na Câmara dos Deputados.

O envolvimento do clã com milicianos é notório e, em 6 de dezembro de 2018, um indivíduo identificado com esse grupo, Fabrício José Carlos de Queiroz, foi citado numa reportagem do jornal *O Estado de S. Paulo* (Serapião, 2018), mostrando que o Conselho de Controle de Atividades Financeiras (Coaf) indicou uma movimentação atípica de R$ 1,2 milhão no nome dele, entre os meses de janeiro de 2016 e de 2017. Queiroz, um ex-policial militar, fora, até pouco antes da divulgação do caso, assessor do filho mais velho de Bolsonaro e o ajudava a conseguir votos em quartéis policiais. Informados das investigações, por meios informais, o clã Bolsonaro decidiu, como forma de se prevenir do escândalo eminente, exonerá-lo do gabinete de Flávio, o que se deu em 15 de outubro de 2018. Registrado como assessor parlamentar, ele desempenhava as funções de motorista e segurança do deputado e, aparentemente, recolhia parte dos salários de membros do gabinete parlamentar de Flávio, na prática conhecida como *rachadinha*. Por manobras legais, a família tenta desacelerar e impedir as investigações do caso, mas as acusações sobre essa forma de enriquecimento ilícito atingem também Carlos Bolsonaro (Abreu, 2021) e o próprio presidente (Mendonça, 2022), na verdade o clã como um todo (Dal Paiva, 2022), desgastando a imagem de honestidade e anticorrupção que eles tentam projetar.

Bolsonaro nunca foi um deputado de prestígio, influente entre os pares ou com uma voz respeitada pelo jornalismo de qualidade. Ele mesmo chegou a dizer: "Sempre fui do baixo clero em Brasília" (citado em "No Jornal Nacional", 2018, para. 16). Tentou por três vezes ser presidente da Câmara dos Deputados, em 2005, 2011 e 2017, e sempre conseguiu poucos votos – zero na primeira vez, nove nas segunda e quatro na última. Além disso:

> Na longa vida parlamentar, apresentou 162 projetos de lei e nove propostas de emendas à Constituição, concentrando-se em três eixos: Forças Armadas, segurança pública e intervenção estatal. Sem força na Casa, só conseguiu emplacar dois deles, o PL-2514/1996, que prorrogaria benefícios fiscais para os segmentos de informática e automação e o PL 4510/2016, relativo à liberação da substância que ficou conhecida como base de uma suposta pílula para curar câncer. (Carneiro, 2018, para. 50)

No entanto, como já se observou, ele obteve uma votação recorde para deputado federal em 2014: com seus 464,5 mil votos foi o mais votado do Rio de Janeiro e o terceiro de todo o país – só ficou atrás, para esse cargo, de Celso Russomano, do então Partido Republicano Brasileiro (PRB) e de Tiririca, do Partido da República (PR), ambos de São Paulo. Ele percebeu que sua mensagem ressoava e que poderia tentar voos mais altos, como a candidatura

presidencial. Mas, para isso, de acordo com Nicolau (2021), Bolsonaro teve que realizar uma mudança em seu comportamento político, deixando de

> ser apenas um deputado de representação dos interesses da corporação militar para incorporar pautas comportamentais à sua ação política. Essa primeira transmutação aconteceu ao longo do período de 2011 a 2014. Depois dela, o velho deputado corporativo se transformou, entre 2014 e 2018, em outsider. (para. 29)

Além disso, sobretudo durante a campanha, passou a acenar com um programa econômico comprometido com o neoliberalismo, que a escolha do economista Paulo Guedes – que depois se tornaria ministro da área – como consultor procurava firmar. Esse posicionamento era distante de suas manifestações políticas anteriores, mais próximas do nacionalismo e da defesa da intervenção estatal na economia ("Opiniões de Bolsonaro", 2017), e buscava conquistar a confiança de setores da elite, inclusive da grande imprensa (Fonseca, 2003), apoiadores desse modelo econômico.

4.2.4 Estratégias eleitorais e a mídia

Apesar do mandato pouco produtivo, Bolsonaro se tornou um deputado popular, continuamente reeleito e capaz de distribuir seu capital eleitoral entre os familiares. Como isso foi possível? A partir de duas estratégias. Em primeiro lugar, seguindo a lógica de mandatos legislativos no Brasil, investindo em nichos específicos que pudessem lhe garantir votos suficientes para a ser eleito, inicialmente, os militares, depois, diferentes forças policiais ou parapoliciais – como os milicianos – e grupos de direita, de extrema direita, conservadores morais ou religiosos e saudosos da ditadura militar. Como notam Hunter e Power (2019), as vitórias eleitorais de Bolsonaro foram possíveis "devido ao uso no Brasil da representação proporcional em lista aberta com um alto número de representantes por distrito …, um sistema que é favorável a candidatos de nicho com fortes seguidores pessoais"[56] (p. 75).

O site *The Intercept Brasil* publicou uma reportagem (Demori, 2021) sobre a descoberta de uma pesquisadora de que Bolsonaro era divulgado por neonazistas brasileiros, pelo menos desde 2004, sendo que o site de um grupo desse tipo publicara, no ano mencionado, um banner digital com link para o site dele, além de uma carta do então deputado. O livro de Manso (2020) sobre as milícias no Rio oferece evidências de como Bolsonaro e seus filhos, que foram inseridos por ele no mundo da política, desenvolvem relações com uma rede de paramilitares e

[56] No original: "due to Brazil's use of open-list proportional representation with a high number of representatives per district …, a system that is friendly to niche candidates with strong personal followings".

milicianos no estado, não por acaso, empregaram familiares de milicianos ou os homenagearam em parlamentos. Para o autor, "coube a Fabrício Queiroz o papel de principal articulador dessa rede …. Queiroz seria fundamental para ajudar a fortalecer a base de votos do clã Bolsonaro nos batalhões policiais, para onde levou Flávio, em sua primeira campanha, para pedir votos" (capítulo 2, para. 15). Barrocal (2020) observa uma correlação entre o aumento do número de votos de Flávio e Jair Bolsonaro – assim como do patrimônio deles – e a expansão das milícias no Rio de Janeiro. Esses exemplos ilustram a primeira estratégia.

A segunda foi se tornar amplamente conhecido, por meio da mídia, inicialmente a tradicional e depois por meios digitais próprios. Assim como Trump, dentro da lógica da política como entretenimento e espetáculo, num contexto de midiatização da política, ocupou espaços tanto nos jornais da mídia *mainstream* quanto em programas de variedades e humorísticos, como já se destacou, como uma figura folclórica e que, por sua postura debochada e declarações polêmicas, preconceituosas e extremistas, garantia audiência. Nascimento et al. (2018), que analisaram a imagem pública de Bolsonaro construída ao longo de trinta anos por dois jornais, destacam que as pautas políticas contra os direitos humanos, a apologia à ditadura e ao golpe militar, a defesa dos direitos dos militares e o incentivo à tortura e à violência foram as mais comuns. Quanto à forma de expressão, "as agressões verbais compõem uma parte considerável da imagem pública … as polêmicas desencadeadas por insultos terminam por alimentar a visibilidade" (p. 149), o que reforça o pendor populista desse político.

As diversas declarações racistas, misóginas, homofóbicas, contra a democracia e os direitos humanos feitas por Bolsonaro lhe renderem ameaças de cassação e processos judiciais, mas, resguardado pela imunidade e liberdade de expressão garantida por seus mandatos e pelo corporativismo dos pares, iniciativas desse tipo não prosperaram. Alguns casos são significativos das polêmicas em que se envolveu, e tirou proveito midiático. Um deles é quando, em 1993, em seu primeiro mandato como deputado federal, defendeu o fechamento do Congresso, num encontro político em Santa Maria (RS), sendo criticado até por seu partido. No entanto, ele reiterou suas palavras, justificando-as com a afirmações de que os parlamentares eram despreparados. O presidente da Câmara iniciou um processo contra o deputado, mas ele não teve efeito e serviu, na verdade, para aumentar a fama de Bolsonaro, que foi tema de reportagem do *The New Tork Times*, abordando a questão, em 25 de julho de 1993 (Figura 7). Numa entrevista à TV Bandeirantes, em maio de 1999, defendeu o fuzilamento do presidente Fernando Henrique Cardoso. Na ocasião, afirmou que o presidente fazia um governo corrupto, expressou saudosismo pela ditadura militar e disse que a democracia tinha falido no Brasil.

Novamente, houve ameaça de cassação, mas ele foi poupado.

Bolsonaro teve, em 2003, em um dos Salões do Congresso, uma ríspida discussão com a deputada federal do Rio Grande do Sul, Maria do Rosário (PT), quando ela interrompeu uma entrevista do deputado, que falava sobre a redução da maioridade penal, a partir do caso, de grande repercussão na época, de assassinato de dois jovens por um criminoso menor de idade conhecido como *Champinha*. Com mau entendimento das palavras da deputada, Bolsonaro pensou que havia sido chamado de estuprador e declarou que: "Jamais ia estuprar você [Maria do Rosário] porque você não merece" (citado em Carneiro, 2018, para. 55). Rosário ingressou com processo judicial, cujo término ocorreu apenas em 2019, com a sua vitória, sendo indenizada por danos morais. No entanto, como ela declarou, "A Câmara teve oportunidade de responsabilizá-lo por agir contra a Constituição Federal e quebrar o decoro parlamentar inúmeras vezes. Mas ele nunca foi punido por todos os abusos que proferiu" (citada em Carneiro, 2018, para. 62).

A estratégia de obter atenção da mídia pela criação de pânicos morais ou ultraje público, também se deu em suas acusações contra o suposto *kit gay* (Romancini, 2018), na verdade um material encomendado pelo Ministério da Educação (MEC), para ações voltadas à diversidade e contra a homofobia em escolas, que acabou cancelado, por acusações como a de Bolsonaro, em maio de 2011. Outro episódio significativo é a fala do então deputado, em 17 de abril de 2016, ao declarar o voto a respeito do afastamento da então presidente Dilma Rousseff, quando defendeu novamente a ditadura de 1964, dessa vez dentro do Congresso Nacional, e evocou, em tom de homenagem, o coronel e torturador – inclusive da ex-presidente em questão – Carlos Alberto Brilhante Ustra.

O deputado extremista chamou a atenção da mídia internacional, para a qual deu outras entrevistas. Dois episódios famosos foram a conversa com o ator e diretor britânico Stephen Fry, que produziu um documentário televisivo em duas partes (Carter & Downie, 2013), a respeito de como os homossexuais são tratados em diferentes partes do mundo. No segundo episódio da série, é mostrada a constrangedora entrevista com o deputado brasileiro, que afirma que "nós, o povo, a sociedade brasileira não gosta de homossexual" e que estava pensando em fazer uma passeata do "orgulho hetero" (Figura 7). Na sequência do documentário, Fry afirma que: "Esse deve ter sido um dos encontros mais estranhos e assustadores que já tive"[57] (18:32). Tônica similar teve a entrevista dada por Bolsonaro, em 2016, ao ator transgênero Elliot Page

[57] No original: "That must rank amongst the strangest and most chilling encounters I've ever experienced".

que disse, após a experiência, que, devido à homofobia do deputado, ouvir Bolsonaro era uma "agonia que não tem fim" (citado em Graça, 2016, para. 3).

Figura 7

Participações de Jair Bolsonaro na mídia internacional

Nota. Reportagem do *The New York Times,* reproduzida de https://bit.ly/2PoUVDk e quadro da série documentária, reproduzido de https://bit.ly/3QKHYzT.

A importância do uso da internet para a eleição de Jair Bolsonaro, é consensual entre os analistas. Ela se relaciona à mudança no consumo de mídia da população brasileira, com o declínio da influência dos meios de comunicação tradicionais e a ascensão dos digitais, como nota Lapper (2021). Bolsonaro foi capaz de "estabelecer sua própria presença nas mídias sociais. Muito disso ficou por conta dos filhos, Flávio, Carlos e Eduardo. Carlos parece ter sido especialmente importante, criando a conta da família no Twitter, em 2009, e um blog da família, um ano depois"[58] (p. 40). A estratégia dos Bolsonaro de uso de mídias digitais é, além de precoce, continuada e atenta a novidades, o que permitiu que eles constituíssem uma audiência robusta, como mostra a Tabela 4, com dados de apenas três plataformas[59].

[58] No original: "to establish his own social media presence. Much of this was down to his sons, Flávio, Carlos and Eduardo. Carlos seems to have been especially important, setting up the family's Twitter account in 2009 and a family blog a year later".

[59] No capítulo 5, outros dados sobre o uso da mídia digital por Jair Bolsonaro serão mostrados.

Tabela 4
Dados de três plataformas de mídia social utilizadas pela família Bolsonaro

Plataformas/ Políticos	Twitter			Facebook			Tik Tok		
	Ingresso	Seguidores	Segue	Ingresso	Seguidores	Segue	Ingresso	Seguidores	Segue
Jair M. Bolsonaro	Mar., 2010	8,1 milhões	546	Jun., 2013	14 milhões	22	Jun., 2021	1,6 milhão	4
Flavio Bolsonaro	Maio, 2009	1,9 milhão	1.246	Jul., 2012	1,7 milhão	635	Jun., 2021	56,1 mil	42
Carlos Bolsonaro	Ago., 2009	2,5 milhões	635	Maio, 2013	882 mil	27	Out., 2021	59,1 mil	10
Eduardo Bolsonaro	Set., 2009	2,2 milhões	778	Abr., 2014	2,9 milhões	46	Nov., 2021	254,5 mil	10

Nota. Elaboração da autora, a partir de dados das plataformas, de 30 de maio, 2022.

A Tabela 5 aprofunda o conhecimento da diversidade de plataformas digitais que o político brasileiro procurou ocupar ao longo do tempo, estabelecendo uma comparação com Donald Trump. Há certa similaridade nas datas de ingresso nesses espaços digitais por ambos, nota-se ainda que o Twitter teve mais importância para Trump. A diferença numérica, de maneira geral, entre o ex-presidente dos EUA e Bolsonaro, lembra que, ao ocupar um dos cargos públicos mais poderosos do mundo, Trump se dirigia a uma audiência global. Também digno de nota é que as capacidades interativas dos serviços parecem ser subutilizadas, principalmente, pela informação do pequeno número, de modo geral, de seguidores que eles têm nesses serviços.

Esse esforço por parte de Bolsonaro para ocupar o ambiente digital se associa a tendência similar de outros atores da *nova direita* no Brasil. Olavo de Carvalho foi o exemplo mais visível e pioneiro. Afirma-se que a mobilização dele em "várias plataformas de mídias sociais ajudaram a torná-lo um ator fundamental no desenvolvimento do imaginário neoconservador do Brasil, na paisagem midiática do país"[60] (Felinto & Grusin, 2022, p. 19). Mas há também os *think tanks* e movimentos, como o Movimento Brasil Livre (MBL), dando forma a um "contrapúblico" (Rocha et al., 2021). Embora dê continuidade a antigas linhagens conservadoras no Brasil, essa direita assumiu aparência distinta, devido à "retórica parcialmente renovada, especialmente por meio do olavismo, e seu alcance populista por meio do ciberativismo"[61] (Wink, 2021, p. 265). No caso de Bolsonaro, é comum que ele tende se apresentar como um personagem bem-humorado, mas combativo e contra o politicamente correto (Ribeiro et al., 2016), projetando uma imagem de *autenticidade*, proximidade com o homem comum, que os populistas tendem a valorizar.

[60] No original: "various social media platforms helped make him a fundamental contributor to the development of Brazil's neoconservative imaginary across the nation's mediascape".

[61] No original: "partly renovated rhetoric, especially through Olavism, and their populist outreach through cyberactivism".

Tabela 5
Presença em plataformas digitais de Trump e Bolsonaro

Plataformas	Variáveis	Trump	Bolsonaro
Twitter	Ingresso Seguidores / Segue	*Maio, 2009** *88,8 milhões / 51*	Mar., 2010 8,1 milhões / 546
YouTube	Ingresso Seguidores / Segue	Mar., 2015 2,7 milhões / 0	Jun., 2009 3,7 milhões / 0
Blog/Página web	Ingresso Seguidores / Segue	2007 0 / 0	Set., 2010 3,7 mil / 0
Facebook	Ingresso Seguidores / Segue	*Abr., 2009*** *34 milhões / 32*	Jun., 2013 14 milhões / 22
Instagram	Ingresso Seguidores / Segue	*Abr., 2013*** *23,5 milhões / 8*	Mar., 2013 20,3 milhões / 540
Flickr	Ingresso Seguidores / Segue	– –	Nov., 2015 2,7 milhões / 1
Parler	Ingresso Seguidores / Segue	– –	Jul., 2020 106 mil / 60
Twitch	Ingresso Seguidores / Segue	*Out., 2019** –	– –
Triller	Ingresso Seguidores / Segue	Ago., 2020 959 mil / 1	– –
Gettr	Ingresso Seguidores / Segue	– –	Jul., 2021 679 mil / 33
Tik Tok	Ingresso Seguidores / Segue	– –	Jun., 2021 1,6 milhão / 4
Telegram	Ingresso Seguidores / Segue	- -	2021 1,3 mihão / 0
LinkedIn	Ingresso Seguidores / Segue	2016 [?] 237,6 mil / 0	2022 127 mil / 0
Rumble	Ingresso Seguidores / Segue	Jun., 2021 -	- -
Snapchat	Ingresso Seguidores / Segue	*Jan., 2017** –	2016 [?] –
Truth Social	Ingresso Seguidores / Segue	Fev., 2022 –	– –

Nota. Elaboração da autora, a partir de dados das plataformas, de julho de 2022, e de veículos informativos. (*) Banido permantemente, (**) Suspenso da plataforma.

Em relação ao conteúdo, há consenso sobre a similaridade ideológica na comunicação digital dos membros políticos da família Bolsonaro. Observa-se, a partir de uma análise de tweets desde o início de cada uma das contas desses políticos até o final de 2016, que "além de herdarem o capital político do pai, [os filhos] também reproduzem o seu discurso, pois as principais palavras são praticamente as mesmas. … A diferença geracional não parece afetar o que é dito nas redes" (Cartaxo, 2016, p. 16). Santos et al. (2020) estudam tweets publicados pelos mesmos políticos, entre 2017 e 2018. No primeiro ano, há mais ênfase em campanhas negativas e, no segundo, predomínio da construção das imagens deles como candidatos.

Aponta-se, ainda, a circulação de conteúdo com desinformação, linguagem agressiva e pejorativa nos tweets estudados.

4.2.5 Campanha eleitoral, eleição para presidente e governo

Em dezembro de 2016, Bolsonaro deu uma entrevista na *semana dos presidenciáveis* do programa *Pânico no Rádio*, em que afirmou: "a minha ascensão é no vácuo político que está aparecendo" (Bilenky, 2017, para. 11). Ele já alcançava 9% em determinadas pesquisas. De fato, havia um *vácuo* ou conjunto de circunstâncias propício ao seu sucesso, que em outros cenários seria bastante improvável. Destacando a excepcional do candidato, Nicolau (2020) nota que ele

> concorreu por um micropartido, gastou pouco mais do que alguns deputados federais gastaram e, no primeiro turno, dispôs do menor tempo no horário eleitoral gratuito que um candidato competitivo já teve em uma disputa para presidente. Ele fez uma campanha rejeitando o que os manuais de campanha recomendam: moderar o discurso e tentar convencer o eleitor de centro. (Introdução, para. 13)

Mesmo assim, a candidatura de Bolsonaro conseguiu romper o virtual duopólio entre o Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB) e o PT, iniciado em 1994, no qual esses partidos disputam entre si a presidência. De acordo com Moura e Corbellini (2019), a eleição de 2018 se deu a partir do que os autores chamam de *novo polo dinâmico*: não mais entre os partidos mencionados, mas entre o lulismo e o *partido da Lava Jato*, que Bolsonaro representou. Os partidos tradicionais, como o PSDB, que representaram oposição ao PT não tiverem vez frente à alternativa polarizadora. Será interessante, aqui, arrolar algumas das condições de conjuntura da época que, segundo analistas, fizeram com que isso ocorresse.

É consenso que havia uma crise no país, antes da eleição de 2018, que por vezes é vista como remontando ao ano de 2013 e suas manifestações de rua – as chamadas de *Jornadas de Junho* – que evidenciaram o mal-estar dos cidadãos com os governantes. A crise tinha componentes, inter-relacionados, políticos, econômicos, sociais e jurídico-policiais. Essa dimensão remete à Operação Lava Jato que apontou casos de corrupção em partidos políticos, empresas estatais e privadas, obtendo grande popularidade, sobretudo antes de 2019 – quando o chamado escândalo da Vaza Jato mostrou, com a divulgação de conversas de aplicativos de mensagens, o conluio entre o juiz Sergio Moro e os procuradores da operação e outras práticas condenáveis, numa série de reportagens do site *The Intercept Brasil* e outros veículos.

A Lava Jato foi responsável por tirar a principal liderança do PT, Lula, da disputa

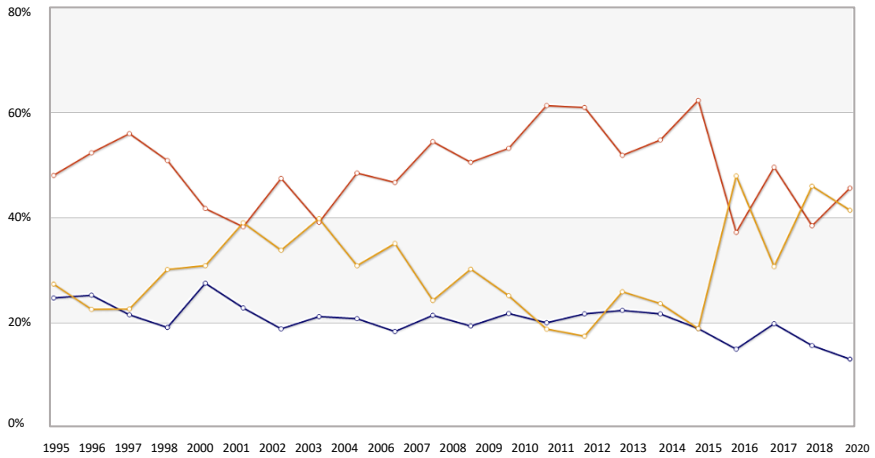
eleitoral, bem como produzir em vários grupos sociais não só rejeição à política, de maneira geral, mas também o *antipetismo.* Esse sentimento foi também fomentado pelos meios de comunicação tradicionais e por uma série de movimentos – como o MBL, o Vem Pra Rua, e o Revoltados On-Line, desde 2013 e depois nos protestos contra o governo Dilma, de 2016 – que souberam fazer uso de mídias com esse fim (Davis & Straubhaar, 2020). A grande imprensa brasileira também tinha um viés, que precedia em década a Lava Jato, conforme mostra a análise de Feres e Gagliardi (2019), contra o PT. Esse posicionamento ganhou intensidade e fatos – como prisões, conduções coercitivas – que garantiam manchetes que desgastavam o partido, durante esse escândalo. Ao mesmo tempo, ao desacreditar os políticos tradicionais, a operação Lava Jato provocou fissuras significativas no sistema político, e terminou por favorecer Bolsonaro.

Nessa perspectiva, de Albuquerque (2021) desenvolve um argumento, a partir de metáforas médicas sobre a guinada iliberal no Brasil – que a eleição de Bolsonaro culmina até o momento –, sobre dois modelos explicativos, não mutuamente excludentes, desse fato. O de uma *doença infecciosa* e de uma *autoimune*. No primeiro caso, Bolsonaro pode ser visto como o principal responsável por esse movimento no país; no segundo, ele é o beneficiário – como um vírus oportunista – de uma dinâmica na qual parte do Judiciário, do Ministério Público e dos meios de comunicação utilizaram as operações anticorrupção para atingir as forças políticas de esquerda no poder. "Por meio desse processo, promoveram ampla polarização política e o cinismo em relação às instituições políticas brasileiras"[62] (p. 128).

A crise política também envolveu os problemas do segundo mandato de Dilma Rousseff que resultaram em seu impeachment, em 2016, interpretado por muitos como um golpe parlamentar, conduzido pelo vice-presidente Michel Temer do MDB (anteriormente, PMDB). O governo pós-impeachment não foi capaz de superar a crise econômica e social, atingindo níveis recordes de desaprovação popular ("Temer Bate", 2018). Isso inviabilizou um projeto de recandidatura do presidente e prejudicou os partidos de sua base. A crise e a rejeição à política tiveram reflexos em percepções negativas sobre a democracia. Dados do Latinbarómetro mostram que, no ano da eleição de 2018, havia mais pessoas indiferentes à natureza do governo – democrática ou não – do que optando sempre pela democracia (46% versus 38%) (Figura 8).

[62] No original: "Through this process, they fostered broad-based political polarization and cynicism with regard to Brazilian political institutions".

Figura 8
Apoio à democracia no Brasil (1995-2020)



Legenda
— A democracia é sempre preferível
— Em algumas circunstâncias um governo autoritário pode ser preferível
— Para uma pessoa como eu, dá no mesmo um regime democrático ou não democrático
Nota. Dados e gráfico do Latinbarómetro (https://www.latinobarometro.org/).

Os problemas econômicos podem ser sintetizados na perda da dinâmica de crescimento da economia, cujo Produto Interno Bruto (PIB) diminui em 2015 (-3,55%) e 2016 (-3,47%), e teve índices, ainda que positivos, baixos nos anos posteriores, contrastando com a memória de mais prosperidade do segundo governo Lula. Em termos de crise social, a questão da violência e da criminalidade é destacada por autores como Hunter e Power (2019), que observam que o país teve, em 2017, cerca de 64 mil assassinatos – o que representou a elevada taxa de 30,8 assassinatos por 100 mil habitantes – e, na lista das cinquenta cidades mais violentas do mundo, dezessete eram no Brasil. Embora o combate a essa problema seja, principalmente, dos governos estaduais, o eleitor médio não faz essa distinção e tende, quando preocupado com tema, a prestar atenção em como os candidatos à presidência se posicionam sobre ele.

Lapper (2021) fala da ascensão de Bolsonaro à presidência, pela ativação de um populismo latente no Brasil, a partir de três fatores, similares aos expostos – crise econômica, escândalos de corrupção que corroeram o sistema político e aumento da criminalidade violenta. "À medida que a recessão se aprofundava em 2016, e a raiva sobre a corrupção e a ansiedade sobre crimes violentos crescia, fortes ventos populistas começaram a soprar"[63] (p. 32). Um populismo de direita, num país que, fora dos grandes centros, é mais conservador do que parece

[63] No original: "As the recession deepened in 2016, and anger about corruption and anxiety about violent crime mounted, strong populist winds started to blow".

(Lapper, 2021) e no qual faltavam lideranças dessa vertente (Moura & Corbellini, 2019).

Na eleição de 2018, o principal sentimento mobilizado foi a raiva, que se associava ao discurso de ruptura com o sistema político (Moura & Corbellini, 2019). A candidatura antissistema de Bolsonaro estava à vontade nesse contexto, pois

> capitalizava o combate à corrupção, a defesa da Lava-Jato e do endurecimento nas ações policiais e militares contra a violência cotidiana. Ou seja: a retórica da "nova direita" encampada por Bolsonaro se sustentava, principalmente, a partir da segurança pública, da defesa da ética na política, na valorização de bandeiras conservadoras no comportamento social, e negação dos movimentos de promoção de minorias. (Saint-Clair, 2018, capítulo 16, para. 30)

Tudo isso foi exposto, na campanha, na costumeira linguagem histriônica de Bolsonaro, o que deve ter ajudado a projetar, no plano subjetivo dos eleitores, a percepção de um candidato autêntico (Moura & Corbellini, 2019), como é típico dos populistas. Essa linguagem se adaptava bem à internet, soando como algo lúdico e juvenil, ainda que a mensagem fosse dura. Talvez a linguagem das redes digitais tenha influenciado o próprio estilo comunicativo dele, de maneira mais geral. O despojamento e simplicidade, com características de amadorismo, de sua comunicação, se refletem também na autorrepresentação imagética de *homem comum* que extraordinariamente ocupa a presidência (Mendonça & Caetano, 2021).

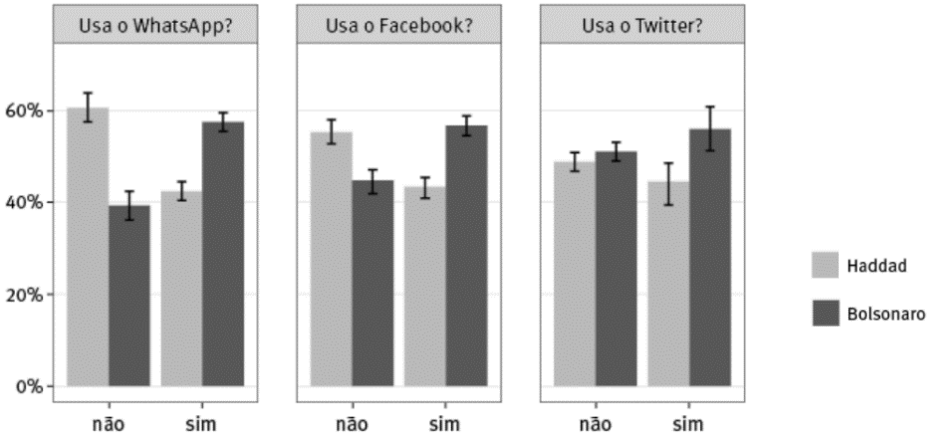
A centralidade das redes digitais na comunicação política de Bolsonaro é reconhecida, tanto em termos do que é chamado de campanha permanente (Joathan & Rebouças, 2020), quanto das ações nos períodos eleitorais. No caso dessa, o WhatsApp teve destaque, dada a possibilidade de que nele a informação se propague de maneira geométrica, gerando maior engajamento dos usuários (Moura & Corbellini, 2019). Estudando grupos de WhatsApp do então candidato do PSL, Piaia e Alves (2020) observaram que, a partir do aplicativo, mensagens centralizadas da campanha ganharam disseminação ampla, e ele "trouxe agilidade e capilaridade para a comunicação de Bolsonaro. A capacidade de criar determinados enquadramentos para eventos ocorridos no calor da campanha … permite uma comunicação mais colada ao cotidiano comunicativo dos cidadãos" (p. 152).

Houve grande controvérsia se teria havido impulsionamento de mensagens no WhatsApp para Bolsonaro, pago por empresários, durante a campanha, conforme denúncia feita em outubro de 2018 por reportagem do jornal *Folha de S.Paulo* (Mello, 2018). Isso era ilegal por ser uma forma de doação não declarada. As investigações realizadas concluíram, em 2021, que elas ocorreram, porém, o júri do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) optou pela não cassação da chapa de Bolsonaro e de seu vice, o general da reserva Hamilton Mourão, mas indicou que

isso não deverá ocorrer em situações semelhantes no futuro (Vivas & Falcão, 2021).

Entre os usuários de três redes sociais – WhatsApp, Facebook e Twitter –, Bolsonaro foi o mais votado (Figura 9).

Figura 9
Relação entre uso de redes sociais e intenção de voto, segundo turno (2018)



Nota. Reproduzido de *O Brasil dobrou à direita: Uma radiografia da eleição de Bolsonaro em 2018*, de J. Nicolau, Companhia das Letras, 2020.

Como observa Nicolau (2020), esses dados não permitem dizer que as redes sociais foram fundamentais para a vitória de Bolsonaro, mas "são convergentes com a avaliação geral de que o candidato do PSL dominou o debate nessas plataformas" (capítulo 7, para. 23).

Sobre como o conteúdo veiculado nessas plataformas se associa ao populismo, diferentes autores notam, recorrendo a Laclau, que Bolsonaro elaborou um *significante vazio* durante a campanha. Como já comentado, para Parzianello (2020), o mais geral e importante, nesse momento, foi a *segurança*. Mas essa noção conecta-se também ao *populismo digital*, tendo em vista que as hashtags políticas bolsonaristas tinham, muitas vezes, similaridade com significantes vazios (Cesarino, 2020). Maitino (2020) identifica no bolsonarismo uma visão da política como um embate moral. A figura do *cidadão de bem* articularia essa estratégia, por meio de um apelo à ordem feito a indivíduos dispostos a lutar contra variadas formas de corrupção social. Nesse sentido, a pesquisa qualitativa com eleitores ou simpatizantes de Bolsonaro, de Solano (2018), indica um aspecto convergente sobre esse *cidadão de bem* que, para os entrevistados, estaria desprotegido pelo Estado, diferentemente dos bandidos. As políticas públicas, como Bolsa Família ou cotas seriam negativas, por fomentar a preguiça e o clientelismo, enquanto os movimentos de negros, mulheres e LGBTQIA+ abusam da

vitimização ou *mimimi*.

A *comunidade moral bolsonarista*, nos termos de Alonso (2019), se "estrutura na crença compartilhada em códigos binários, que divide o mundo em bem e mal, sagrado e profano, gente de família e indecentes, cidadãos de bem e bandidos, éticos e corruptos, nacionalistas e globalistas" (para. 2). Diferentemente de outros políticos populistas, tanto de direita quanto de esquerda, Bolsonaro não ataca o neoliberalismo, notam Cesarino (2019) e Maitino (2020), direcionando suas críticas a uma elite política e cultural.

Voltando a pontos que colaboram com o sucesso da candidatura de Bolsonaro, Lapper (2021) acrescenta um aspecto específico à própria atuação dele, que foi a construção de uma ampla aliança conservadora. Essa aliança envolveu os grupos insatisfeitos com as mudanças ocorridas no Brasil nos últimos governos mais à esquerda. O título original do seu livro *Beef, Bible and Bullets* – ou Boi, Bíblia e Bala –, em termos gerais, apresenta esses grupos, ou seja, os ruralistas, os segmentos evangélicos e os políticos e indivíduos voltados ao setor da segurança e armamentos.

Há um ano da eleição, Bolsonaro já possuía entre 15 e 20 por cento em pesquisas eleitorais (Hunter & Power, 2019) e, embora tenha ingressado no PSL – um partido até então minúsculo – para concorrer à presidência, conseguiu grande controle sobre ele e foi favorecido pelas novas legislações para as campanhas eleitorais. Elas seriam mais curtas – 45 dias, em vez dos 90 de outras campanhas – e com gastos limitados a um teto, o que reduzia a vantagem dos partidos consolidados. Além disso, dois fatos aproximados no tempo praticamente selaram a vitória da candidatura de Bolsonaro, que já estava numa trajetória ascendente: o atentado sofrido por ele, na cidade de Juiz de Fora, em 6 de setembro de 2018, quando fazia campanha, apenas uma semana depois que teve início a propaganda eleitoral de rádio e televisão. A facada sofrida por Bolsonaro, efetuada por um indivíduo com problemas mentais, angariou ampla cobertura de mídia, o tornou conhecido pelos que ainda não sabiam quem ele era – devido à grande repercussão do fato –, dificultou o uso de estratégias de campanha negativa contra ele – como estava começando a acontecer, por parte do candidato do PSDB –, fez com ganhasse simpatia de muitas pessoas e permitiu que deixasse de "participar em debates presidenciais formais – onde a sua incapacidade de apresentar argumentos coerentes poderia tê-lo deixado vulnerável"[64] (Lapper, 2021, p. 47). O atentado, como observam Moura e Corbellini (2019),

[64] No original: "to take part in formal presidential debates – where his inability to present coherent arguments might have left him vulnerable".

não mudou o rumo da história, mas potencializou uma tendência existente de crescimento da candidatura de Bolsonaro. O outro fato foi o impedimento legal, em 11 de setembro, de Lula ser o candidato do PT, sendo substituído por um político menos carismático e conhecido, o ex-prefeito de São Paulo Fernando Hadadd.

Outros candidatos, como Ciro Gomes, do Partido Democrático Brasileiro (PDT), Geraldo Alckmin, do PSDB, e João Amoedo, do Partido Novo (NOVO), tiveram poucas chances, devido ao cenário de polarização que se configurou. Bolsonaro não conseguiu evitar o segundo turno, porém, foi vitorioso no primeiro com 46% dos votos válidos, contra 29,3% de Haddad. No segundo turno, o candidato petista sofreu para conquistar apoio de outros candidatos e elaborar uma estratégia que pudesse fazer frente a Bolsonaro, que também evitou os debates. Assim, foi somente por um esforço final de militantes que a derrota não foi maior, e o resultado do segundo turno, ocorrido em 28 de outubro, terminou com 55,1% – cerca de 57,8 milhões de votos – para o candidato do PSL contra 44,9% – 47 milhões – para o do PT. Bolsonaro ganhou em quinze estados e no Distrito Federal (DF), em quase todas as regiões – a exceção foi a Nordeste – e seu eleitorado foi mais masculino, urbano, das grandes cidades e com marcante presença do voto evangélico: 70% dos eleitores desse tipo o escolheram.

Também significativa foi a capacidade de Bolsonaro transferir votos para os candidatos de seu partido a cargos legislativos. Desse modo, o antes inexpressivo PSL foi o mais votado para a Câmara Federal, com 11,3 %, conseguindo eleger 52 deputados – o PT foi o segundo, com 10,4%, mas com mais deputados federais, 56, perdendo 14 em relação ao pleito de 2014. A boa votação do PSL poderia ajudar a governabilidade do governo Bolsonaro, no entanto, a fragmentação partidária foi grande no Congresso Nacional, com a diminuição das bancadas dos maiores partidos, o que faria com que as negociais partidárias em seu governo tivessem que levar em conta mais partidos (Tabela 6). Por outro lado, desavenças fariam com que o próprio Bolsonaro, como já dito, deixasse o PSL durante seu mandato.

Tabela 6
Dados dos números deputados federais de cada partido na Câmara ao longo dos anos

PARTIDOS	1994	1998	2002	2006	2010	2014	2018
PMDB/MDB	107	83	75	89	79	77	34
PFL/DEM	89	105	84	65	43	22	29
PSDB	63	99	70	66	53	54	29
PPR/PPB/PP	51	60	49	41	41	35	37
PT	50	59	91	83	88	70	56
PSD	0	0	0	0	0	37	34
PSL	—	1	1	0	1	1	52
% G5	70%	79%	67%	67%	59%	51%	41%
Média G5	72	81	74	69	61	53	43

Nota. A área sombreada indica os cinco maiores partidos em cada ano. Reproduzido de "Polarização Radicalizada e Ruptura Eleitoral", de S. Abranches. In S. Abranches et al., *Democracia em risco? 22 ensaios sobre o Brasil hoje* (cap. 1). Companhia das Letras, 2019.

Com o resultado, Bolsonaro se tornou o 38º presidente do país, o primeiro eleito explicitamente de direita – conforme Abranches (2019), que nota que nem presidentes como Jânio e Collor aderiam de forma tão clara e manifesta a essa vertente ideológica – e o primeiro do recente ciclo democrático a reclamar para si, com orgulho, a herança da ditadura militar. Para alguns analistas, esse é o marco do fim da *Nova República*.

Ao tomar posse no governo, em 1º de janeiro de 2019, Bolsonaro desfilou em um conversível junto com a primeira-dama e, numa deferência sugestiva, com seu filho Carlos, num carro. Por vezes, fazia o gesto com a mão, imitando uma arma, que, nessa altura, grande parte da população conhecia e associava a ele. No posterior discurso, falou do compromisso com o combate à corrupção, discriminação e, acenando à sua base, à ideologia de gênero. Concluiu-o com seu slogan eleitoral: *Brasil acima de tudo, Deus acima de todos*.

Bolsonaro muitas vezes externou sua admiração por Trump, e disse, durante sua campanha, em 2017, que "Trump enfrentou os mesmos ataques que eu estou enfrentando – que ele era homofóbico, fascista, racista, nazista … Mas o povo acreditava em seu programa. Eu estava torcendo por ele"[65] (citado em Brooks, 2018, para. 10). Não foi surpresa, portanto, que sua primeira visita oficial a um país – sem contar a anterior ao Fórum de Davos, ainda em janeiro de 2019 – fosse, em 17 de março, aos Estados Unidos (país em que iria, até o momento,

[65] No original: "Trump faced the same attacks I am facing – that he was a homophobe, a fascist, a racist, a Nazi. … But the people believed in his platform. I was rooting for him".

mais cinco vezes, sendo o país mais visitado por ele durante o mandato), onde encontrou Trump. Ele anunciou na ocasião o fim do requerimento do visto para cidadãos estadunidenses. O gesto, entretanto, não teve reciprocidade por parte dos EUA para com os cidadãos brasileiros. Durante a continuidade do mandato de Bolsonaro, o Brasil fez outros gestos favoráveis aos EUA, mas, para o Brasil, "quaisquer benefícios práticos desta chamada parceria entre os países foram difíceis de identificar"[66] (Felinto & Grusin, 2022, p. 8). Essa ausência de reciprocidade, ou baixo nível dela, parece se repetir no plano comunicativo entre Trump e Bolsonaro. Conforme se apurou, para esse trabalho, enquanto Bolsonaro publicou, até julho de 2022, 76 tweets que fazem menção a Trump, o ex-presidente dos EUA, mencionou o brasileiro em apenas onze postagens.

Não cabe aqui um relato detalhado do governo Bolsonaro, ainda em curso, mas, para os objetivos de comparação com o ex-presidente dos EUA, é preciso notar que ele tem sido conturbado, com o presidente tendo uma perda contínua de colaboradores, inclusive o ex-juiz Sergio Moro, que se tornara seu Ministro da Justiça e que saiu do governo criticando o presidente por supostas tentativas de intervenção na Polícia Federal (PF). A agenda da campanha tem dificuldade de avançar, devido a problemas de gestão política, desarticulação da base de apoio no fragmentado Congresso, e problemas econômicos, com a inflação em nível mais alto, corroendo a popularidade do governo.

É notável, ainda, que não tenha havido exatamente uma moderação, retórica, política e administrativa no governo, contrariando as expectativas de alguns analistas e a hipótese da inclusão-moderação (Tepe, 2019) que propõe que políticos extremistas, quando assumem cargos eletivos, tendem a assumir posições mais centristas, favoráveis ao diálogo e à composição política. Houve, é verdade, aproximação com os parlamentares do centrão – duramente criticado durante a campanha eleitoral, por representarem o que Bolsonaro chamava de *velha política*. O grupo, depois do primeiro ano do mandato do presidente, passou a integrar a base do governo, de modo a sustentar suas medidas e para evitar um processo de impeachment – há tantos pedidos, mais de cem, que um site os compila ("Os Pedidos de Impeachment", s.d.). O apoio do centrão se dá, como é de praxe, em troca da obtenção de cargos no governo, emendas e poder político. Para o cientista político Antonio Lavareda essa aproximação se deu frente ao insucesso de Bolsonaro tentar ser um presidente antissistema, e o governo avançou paulatinamente "na direção da gramática do presidencialismo de coalizão, que é imperativo em

[66] No original: "any practical benefits of this so-called partnership between the countries was hard to determine".

um país de regime presidencialista com multipartidarismo" (citado em Schreiber, 2020, para. 11).

No entanto, o centrão tem sido incapaz de controlar ou moderar completamente Bolsonaro, assim, ocorreram, ao longo do mandato, constantes recuos retóricos e promessas de contenção por parte do presidente, por exemplo, em relação às ameaças ao STF, ao sistema eleitoral, apresentado, sem nenhuma evidência concreta, como sujeito a fraudes, bem como à mídia. No entanto, o ciclo de ataques e conflitos internos entre as diferentes alas do governo – grosso modo, os militares, os chamados *ideológicos* (que incluem os filhos de Bolsonaro e os que têm herança conservadora olavista), os especialistas técnicos (como o ministro da Economia, Paulo Guedes) e os políticos profissionais do centrão – parece não ter fim. Numa avaliação geral sobre o governo de Bolsonaro, Felinto e Grusin (2022) observam que ele "é tão desprovido de substância quanto repleto de fantasias míticas, inimigos imaginários, violência simbólica e real, e ficções, como sobre o poder miraculoso da hidroxicloroquina para prevenir a Covid"[67] (p. 18). Os autores notam que isso dá outro significado ao apelido *mito*. Como já se viu, em relação ao passado, a construção de narrativas exageradas ou falseadas, *mitificadas*, é comum em Bolsonaro, mas agora isso se também dá em relação ao tempo atual e ao seu mandato.

A administração de Bolsonaro foi bastante afetada pela pandemia de Covid-19, como outras em todo o mundo. No caso brasileiro, como já se mostrou, houve forte semelhança nas ações de Bolsonaro e Trump em relação a essa doença. Isso custou ao país muitas vidas – tanto pela demora na compra de vacinas, quanto pela falta de uma estratégia nacional articulada de combate à pandemia. Esses aspectos, aliado aos problemas econômicos, como a maior inflação e baixo crescimento, prejudicaram a popularidade de Bolsonaro, no entanto, o apoio a ele tem sido resiliente por parte de cerca de 30% do eleitoral. Ele já não provoca entusiasmo em tantas pessoas, mas é possível que, ao tentar a reeleição, alcance pelo menos o segundo turno.

As descrições aqui apresentadas da trajetória e do contexto que deu origem a Trump e Bolsonaro como alternativas políticas viáveis nos EUA e no Brasil indicou uma série de semelhanças entre os dois, mas também diferenças importantes. Iremos retomar aspectos apresentados numa análise comparativa mais geral sobre ambos que será feita no capítulo de final da dissertação.

[67] No original: "is as devoid of substance as it is filled with mythical fantasies, imaginary enemies, symbolic and real violence, and fictions like the miraculous power of Hydroxychloroquine to prevent Covid.

5 COMUNICAÇÃO POLÍTICA DE TRUMP E BOLSONARO

Como apontado no subcapítulo 3.3, sobre o populismo de extrema direita, aqui temos como objetivo utilizar o conjunto de nove características de partidos populistas de extrema direita elencado por Wodak (2015/2020, capítulo 1) para direcionar uma revisão bibliográfica sobre a comunicação política de Trump e Bolsonaro.

Escolhemos, assim, dividir a análise das estratégias comunicacionais de cada político em três eixos, nos quais as características da *Política do Medo* (Wodak, 2015/2020) aparecem e se entremeiam, uma vez que não existem isoladas entre si.

Sobre o ex-presidente dos EUA foram levantados seis livros, publicados entre 2017 e 2020, sendo um deles a organização de onze artigos de diferentes autores, o que nos traz o olhar de dezessete pesquisadores. Já a respeito de Bolsonaro a revisão conta com sete livros e um artigo, publicados entre 2018 e 2021, com as análises de vinte e três pesquisadores. A literatura que será apresentada reúne textos de jornalistas e pesquisadores das áreas de comunicação, retórica, linguagem e política.

5.1 Comunicação política em Trump

5.1.1 *Nós contra eles*: Retórica da exclusão e revisionismo histórico

O populismo de extrema direita é embasado na representação *do povo* a partir de um ideal homogêneo de ideologias nativistas, que é construído sob uma visão revisionista da história. Dessa forma, esse ponto se conecta com a retórica de exclusão de quem é *estranho ao estado-nação*, ou seja, colocado como inimigo ou ameaça externa para justificar ataques (Wodak 2015/2020).

Esses pontos foram os mais abordados dentro da literatura analítica sobre a comunicação trumpista. Todos os seis livros citaram a retórica de exclusão de alguma forma – que tem dentro suas técnicas um guarda-chuva discursivo com o uso de teorias conspiratórias, narrativas anti-imigrantes, racistas e islamofóbicas –, por meio de estratégias discursivas como bode-expiatórios e vitimização para justificar ou se isentar de seus atos e cativar seu público-alvo.

Em *Faking the News* (Skinell, 2018) quatro pesquisadores abordam o tema. Steudeman (2018) traz a perspectiva demagógica da retórica trumpista. Para ele, o cerne da estratégia de Trump está ancorado em um processo de vitimização dúbia. Ou seja, ao passo em que a sua persona política projeta força e masculinidade, ela também se apresenta suscetível quando se

depara com desafios comuns ao campo político e ao cargo presidencial. O autor explica que as alegações vitimistas de Trump se encaixam perfeitamente na retórica demagógica que o político quer passar, uma vez que a complementariedade entre sua força e o papel de vítima sustentam o imaginário de que ele estaria sob ataque, o que justifica um contragolpe, feito por segurança, para manter todos os inimigos longe:

> O retrato da força sobre-humana, então, exigia a conjuração de obstáculos incomuns. Da mesma forma, a conversa de Trump sobre um sistema "manipulado" e uma mídia "injusta" reforçou a sensação dos apoiadores de que ele superou desafios que nenhum outro político teve de enfrentar. Incentivando seu público a participar de seu desfile de queixas, ele se construiu como a única pessoa equipada para revidar[68]. (Steudeman, 2018, p. 16)

Essa estratégia comunicacional cativa a audiência para quem Trump fala – em sua maior parte homens brancos conservadores – os encorajando a adotarem discursos vitimizados sobre sua existência, ainda que sem nenhuma base de realidade material para isso, a partir de uma inversão da realidade histórica-política-social. Para eles, seu modo de viver e ver o mundo está em risco por forças culturais dissonantes, como os movimentos feministas e LGBTQIA+, o pluralismo religioso, protestos por justiça racial, imigrantes, entre outros que Trump enquadra como inimigo.

É a partir da retórica de vitimização que Trump consegue converter assuntos políticos em questões identitárias. Steudeman (2018) exemplifica que o apelo demagógico trumpista é focado majoritariamente em se vingar ou atacar algum outro grupo que ele determina como rival, do que propriamente pensar em propostas políticas para o povo dos Estados Unidos.

Dentro do escopo do argumento demagógico, que o autor traduz como um raciocínio "sobre quem pertence à tribo"[69] (Steudeman, 2018, para. 2), o excesso da retórica de vitimização apela para o uso do conceito de *bode expiatório* como um meio de culpabilizar grupos sociais, que ele enquadra como *os outros*, por quaisquer mazelas sociais que afligem a sociedade se valendo dos medos viscerais da população para sair com respostas fáceis e que ainda o isentam da responsabilidade.

A técnica retórica do bode expiatório talvez seja a mais utilizada por Trump, pois reitera

---

[68] No original: "The portrayal of superhuman strength, then, required the conjuring of uncommon obstacles. Similarly, Trump's talk of a 'rigged' system and 'unfair' media reinforced supporters' sense that he overcame challenges no other politician had to face. Encouraging his audience to join in his parade of grievances, he constructed himself as the only person equipped to fight back".

[69] No original: "about who belongs in the tribe".

sua política anti-imigrantes, que Steudeman (2018) chama de "lógica da purificação social"[70] (para. 16), principalmente voltada a pessoas muçulmanas e mexicanas, além de validar sua ideologia enraizada na branquitude, masculinidade e heteronormatividade.

Young (2018) vai abordar esse ponto afirmando que o "estilo populista de Trump 'purifica' seus apoiadores"[71] (para. 20) por meio da criação de bode expiatórios que podem ser facilmente colocados tanto em pessoas não brancas, imigrantes e mulheres, como em instituições. E esta é uma análise interessante, pois demonstra como a retórica trumpista não busca atingir apenas pessoas, mas bens imateriais de uma democracia, como organizações sociais, imprensa livre e até mesmo o próprio sistema eleitoral.

Afinal, para que se sustente a longo prazo, o populismo de direita necessita de uma constante percepção de crise na sociedade. A autora desvenda essa tática como base para o senso de identificação *do povo* (Young, 2018) com a crescente animosidade em relação aos *outros* como causas do problema – como a falta de emprego ou a mudança de paradigmas sociais. A crise é, na verdade, o que propicia a mentalidade de *nós* versus *eles*.

Para trazer um outro viés do uso recorrente de bode expiatórios, Young (2018) cita um curioso paralelo religioso teorizado por Kenneth Burke como "ciclo de culpa-purificação-redenção"[72]. Essa ideia, inspirada na profecia hebraica, afirma que quando as pessoas pecam contra a sua crença ou valores, esse pecado cria sentimento de culpa. Assim, há duas formas para que as pessoas possam se libertar desta culpa, a mortificação e o uso de bodes expiatórios como vítima do ritual de libertação.

No caso desta analogia, ela se refere aos conservadores que acabaram votando no Obama em 2012, como se este ato se consagrasse "um pecado contra a 'tribo'"[73] (Young, 2018, para. 3). Por isso, durante oito anos Barack Obama serviu como o grande bode expiatório que justificou todas as mazelas sociais na perspectiva do conservadorismo de direita norte-americano.

Wingard (2018, p. 45) aponta para o fato de que a retórica excludente trumpista se dá também materialmente, assim, suas palavras e gestos fundamentaram decisões administrativas ao longo de seu governo. Um dos exemplos já foi demonstrado logo após Trump ganhar a

[70] No original: "logic of social purification".

[71] No original: "Trump's populist style enacts "purifies" Trump supporters".

[72] No original: "guilt-purification-redemption cycle".

[73] No original: "a sin against the 'tribe'".

eleição, com a transformação do site oficial da Casa Branca. O seu governo removeu ou trocou as páginas que faziam referência aos direitos LGBTQIA+, aos direitos humanos, ao Obamacare e às mudanças climáticas, além de tirarem a opção de o site ser lido inteiramente na língua espanhola:

> Essas mudanças podem parecer triviais, mas o site oficial da Casa Branca não é apenas informativo. É também um espaço representativo onde a atual administração pode se envolver com o público, compartilhando suas posições e outras informações sobre muitos debates importantes. Quando certos grupos são literalmente apagados do site, eles estão sendo informados de que a atual administração não vê suas questões como pertinentes à agenda nacional. … sem um claro plano ou agenda, isso é uma indicação de quem será protegido e quem não[74]. (Wingard, 2018, para. 10)

Burke (1950, p. 21) utiliza o conceito de *consubstancialidade* (consubstantiality) para nomear o modo como a linguagem e a materialidade estão intimamente conectadas. Allen (2018) vai se valer deste termo para traçar um paralelo com a retórica excludente trumpista e o aumento de antissemitismo nos Estados Unidos, ainda que esta seja uma ideia contraditória uma vez que há parceria entre os governos dos EUA e de Israel. Porém, para esse autor, o discurso de ódio racial de Trump, ligado à dinâmica antiárabes e muçulmanos, flerta com elementos do antissemitismo, criando assim uma atmosfera em que supremacistas brancos se sentem encorajados e mais aceitos em seus pontos de vista.

Em seu livro dedicado ao *demagogo digital*, Fuchs (2018, p. 33) afirma, embasado pela teoria crítica, que o nacionalismo, a xenofobia e o racismo são formas de fetichismo político utilizado como distração ideológica para como os antagonismos da sociedade de classes levam a problemas sociais. O veículo utilizado para alcançar esse poder de distração é a criação de bodes expiatórios e o ódio voltado a eles.

Para o autor, Trump representa o que pode ser caracterizado como um tipo de capitalismo autoritário, que é formulado pelo apoio da classe bilionária; pelo nacionalismo; por técnicas retóricas de bode expiatório e de "nós contra eles"; por políticas de lei e ordem e por espetáculos midiáticos.

[74] No original: "Such changes may seem trivial, but whitehouse.gov is not merely an informative website. It is also a representational space where the current administration can engage with the public, sharing its positions and other information on many important debates. When certain groups are literally erased from the website, they are being told that the current administration does not see their issues as germane to the national agenda. … without a clear plan or agenda, is an indication of who will be protected and who will not".

5.1.2 O rei do espetáculo: Trump, mídia e Twitter

> Eu acho que talvez eu não estivesse aqui se não fosse pelo Twitter[75].
> – Donald Trump para Fox News, 15 de março de 2017 (Thrush & Haberman, 2017, para. 21).

Os recursos ideológicos de Trump não podem ser encaixotados e separados individualmente, pois acabam se conectando em diversos pontos. Afinal, para validar e fortalecer sua retórica identitária, o ex-presidente dos EUA precisou fazer uso de algum meio que alcançasse e chamasse atenção das pessoas.

De acordo com Fuchs (2018, p. 171), o espetáculo de Trump tem duas dimensões simbióticas: de um lado, Trump entende bem como encenar a si mesmo num show escandaloso para atrair a atenção da mídia e, assim, ganhar publicidade. De outro, a mídia também precisa de alguém como Trump para atrair audiência.

Morini (2020) traz algumas das grandes lições de Trump para a comunicação política, focando especificamente em como o ex-presidente dominou o ambiente midiático. Em seu livro, ele observa cinco estratégias utilizadas por Trump para se tornar o grande construtor da *agenda setting* midiática, sendo a quinta sobre a exploração do ecossistema midiático. O pesquisador demonstra como Trump soube incitar a mídia a torná-lo a grande notícia recorrente nos jornais utilizando de seus hábitos e fraquezas:

> A mídia tradicional norte-americana está passando por mudanças estruturais, como o desafio tecnológico, o papel das redes sociais como a primeira fonte de notícias, a crescente insegurança no emprego dos jornalistas e a crescente dependência da mídia em agências de notícias e fontes secundárias. Além disso, a competição do ciclo de 24 horas de notícias "obriga" a mídia a cobrir qualquer evento, ou qualquer comunicação relacionada ao presidente. E Trump certamente sabe como funcionam as regras atuais de valor jornalístico[76]. (Morini, 2020, p. vii)

Enquanto a mídia acabou por ser tornar propaganda gratuita para Trump, – inclusive sustentando suas críticas à imprensa e as alegações de ser tratado de forma injusta por ela – ele utilizava o Twitter como palco pessoal para fazer seu espetáculo político, se consolidando como um político da pós-verdade. O regime da pós-verdade, conforme definido por Fuchs (2018),

---

[75] No original: "I think that maybe I wouldn't be here if it wasn't for Twitter".

[76] No original: "Traditional American media are experiencing structural changes such as the technological challenge, the role of social media as the first news source, journalists' increasing job insecurity, and the media's growing reliance on news agencies and secondary sources. Furthermore, the 24-hour news cycle competition "obliges" news media to cover any event, or any communication related to the president. And Trump certainly knows how the current rules of newsworthiness work".

significa a "desconfiança em especialistas e políticos estabelecidos pela substituição da crença em argumentos e evidências pautados em pura ideologia"[77] (p. 175).

Assim, o veículo mais importante de difusão da ideologia trumpista foi o Twitter, uma vez que Trump cunhou a ideologia de sua comunicação, com apelo emocional, utilizando a rede social como elemento-chave de sua estratégia:

> O Twitter é o melhor veículo para ideologias emocionais e políticas de indignação, de bode expiatório, de ódio e de ataque porque sua efemeridade, brevidade e velocidade favorecem os espetáculos e o sensacionalismo. Ao mesmo tempo, o costume de curtir e retuitar no Twitter apela ao lado narcisista de Trump, permitindo-lhe saciar seu status de uma celebridade, uma marca e um líder político[78]. (Fuchs, 2018, p. 176)

Oborne e Roberts (2017) utilizaram esse dado como ponto de partida para construir uma espécie de linha do tempo do pensamento de Trump por meio da análise de tweets do ex-presidente, de 2009 ao início de 2017, logo após a sua eleição. Os autores separaram alguns tweets emblemáticos de cada ano e analisaram a retórica e o pensamento de Trump naquele ano a partir dessa análise. Os resultados da pesquisa não fogem dos outros: nacionalismo, populismo, provocações, insultos, teorias conspiratórias, fatos alternativos e mentiras.

Contudo, Sclafani (2017) aponta para a necessidade de complementar estudos de linguagem e identidade levando em conta a percepção sobre elas. Assim, a autora afirma que o metadiscurso em torno da linguagem de Trump no Twitter não se limitou apenas ao conteúdo e estilo de sua retórica, mas estendeu-se ainda mais sobre os comentários a respeito do horário do dia em que ele costumava tuitar, a frequência de suas postagens e o uso que ele fazia de imagens na rede social.

O estilo dos tweets de Donald Trump se tornou até objeto de um estudo citado pela pesquisadora (Sclafani, 2017, p. 9) sobre as variações sistemáticas de sua linguagem em determinadas postagens, que foram observadas pelo cientista de dados David Robinson (s.d.). Ele percebeu, por meio do dispositivo de origem dos tweets, que Trump se expressava de forma mais raivosa que seus funcionários de campanha, que tornavam a sua figura mais animada no Twitter.

---

[77] No original: "The post-truth regime means distrust in experts and established politicians and the replacement of arguments and evidence by pure ideology".

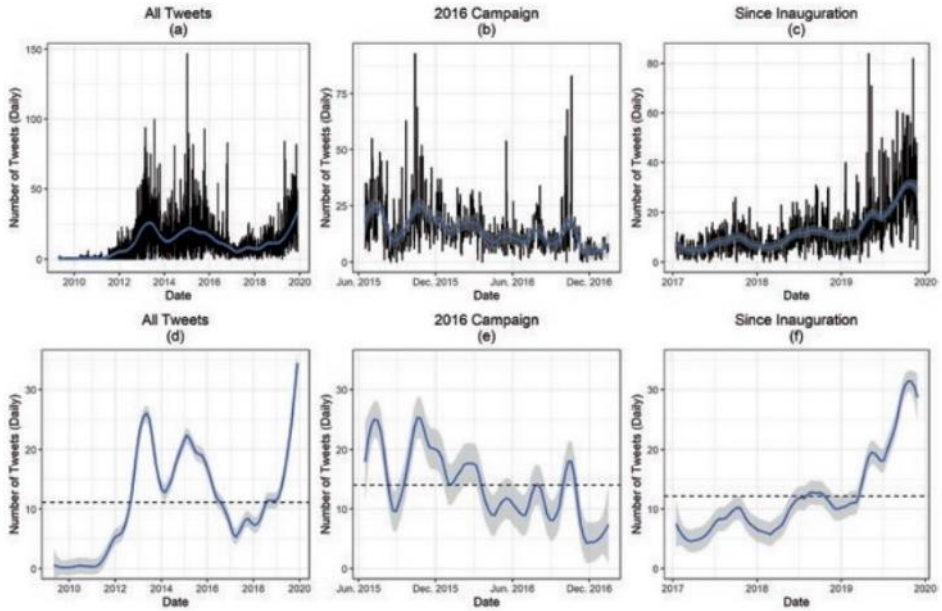
[78] No original: "followers. Twitter is the best medium for the emotional and ideological politics of outrage, scapegoating, hatred and attack because its ephemerality, brevity and speed support spectacles and sensationalism. At the same time, the custom of liking and retweeting on Twitter appeals to Trump's narcissistic side, allowing him to indulge his status as a celebrity, brand and political leader".

Em seu livro, Ouyang e Waterman (2020) exploram as diversas facetas do uso que Trump fez do Twitter e as implicações disso na democracia norte-americana sendo um dos capítulos voltado a uma análise quanti-qualitativa dos tweets do ex-presidente com o intuito de desvendar qual era a frequência de suas publicações e sobre quais assuntos ele mais se debruçava na rede social.

Os pesquisadores compilaram o conjunto de dados de todos os tweets de Trump desde que ele entrou na plataforma, em 2009, até novembro de 2019, o que resultou na soma de mais de 43 mil tweets ao todo.

Figura 10

Uso do Twitter por Trump (2009-2019)



Nota. Reproduzido de *Trump, Twitter, and the American Democracy: Political Communication in the Digital Age*, de Y. Ouyang e R. W. Waterman. Palgrave Macmillan, 2020, p. 56.

A figura é uma amostra dos pesquisadores (p. 56). Os gráficos *a*, *b*, e *c* representam, respectivamente, o volume diário de tweets para todo conjunto de dados analisados, apenas durante a campanha de 2016 e após a sua eleição. Cada gráfico apresenta uma curva inferior para ilustrar melhor os diferentes horários de postagens. Assim, os gráficos *d*, *e*, e *f* apresentam apenas esta curva, bem como uma linha de referência para indicar o número médio de tweets durante os respectivos períodos.

Dessa forma, Ouyang e Waterman (2020) perceberam que ainda que haja uma ideia de que Trump tuitava constantemente, essa é uma visão incompleta uma vez que a quantidade de

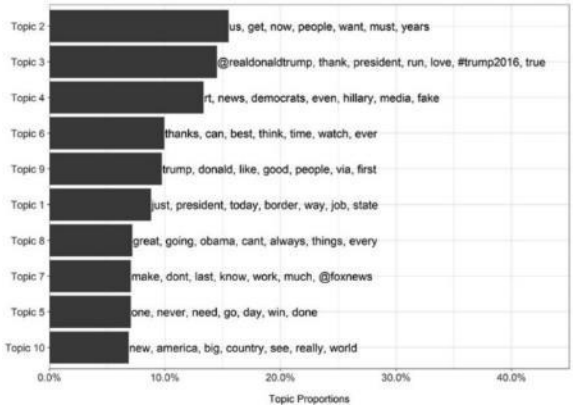
postagens diárias do ex-presidente diminuiu e aumentou desde que ele criou sua conta. A realidade se aproxima mais de um uso realmente estratégico do Twitter para garantir seu avanço dentro da política do Partido Republicano.

Já sobre o conteúdo dos tweets de Trump, os autores buscaram responder a uma lacuna que encontraram na literatura existente: eles realizaram uma avaliação sistemática inédita de todos os tweets que Trump postou desde 2009. Para isso, utilizaram um modelo de tópico semiautomático para extrair conteúdo de dados textuais abertos, baseado nos algoritmos de *machine learning* (Ouyang & Waterman, 2020, p. 66)

Como resultado qualitativo da retórica de Trump no Twitter eles chegaram a dez tópicos, que depois foram elencados numa tabela com um rótulo categórico baseados em palavras-chave e no texto dos tweets exemplificados em cada categoria e tópico.

Figura 11

Tópicos principais dos tweets de Trump e características de cada um



Topic	*Category label*
1	Offering Support and Praises
2	Commentating on Policies
3	Promoting Trump
4	Going on the Attacks
5	Commentating on Broader Issues
6	Promoting Trump Properties
7	Going Offensively on the Attacks
8	Complimenting Others and Trump Merchandise
9	Promoting Trump via Others' Tweets
10	Publicizing His Books and Accomplishments

Nota. Reproduzido de *Trump, Twitter, and the American Democracy: Political Communication in the Digital Age*, de Y. Ouyang e R. W. Waterman. Palgrave Macmillan, 2020, p. 69.

A extensa análise demonstrou uma mistura de tweets cuidadosamente elaborados por funcionários que visavam promover Trump como uma marca e tweets espontâneos escritos pelo próprio ex-presidente que refletem "um monólogo de fluxo de consciência de Trump consigo mesmo"[79] (Ouyang & Waterman, 2020, p. 76). O resultado afere uma complexidade da presença de Trump na rede social, que de acordo com os autores, é acentuada pelo fato de o ex-presidente falar coisas que a maioria dos políticos sequer considerariam. Para eles "a ênfase exagerada na retórica excepcional de Trump no Twitter provavelmente ofusca uma verdade, um

[79] No original: "a stream-of-consciousness monologue by Trump himself".

comportamento subjacente: O Twitter pode ser uma ferramenta de estratégia política, e Trump a utiliza com grande efeito”[80] (Ouyang & Waterman, 2020, p. 76).

Dentre as estratégias listadas por Morini (2020), o autor nomeia Trump como um *desintermediador-chefe* e um político em permanente campanha a partir da sabedoria que ele tem ao usar o Twitter. Morini (2020) demonstra como o ex-presidente entendeu o poder de falar diretamente com seu público sem precisar de mediação, usando o Twitter e, ao mesmo tempo, tendo esse processo amplificada pela mídia de massa. “Ele entendeu, antes de muitos, que cidadãos comuns vivem em bolhas em que cada pessoa escolhe quais notícias consumir e, perigosamente, os seus próprios fatos”[81] (p. v).

Ao passo em que Morini (2020) observa que Trump foi o primeiro presidente dos Estados Unidos *desintermediador*, o autor também afirma que ele nunca se tornou de fato presidencial. A análise da retórica trumpista por meio de suas postagens no Twitter, revelou a Morini (2020) como desde o início de sua candidatura, em junho de 2015, Trump não mudou sua retórica – e ainda começou a arrecadar dinheiro para sua próxima campanha à presidência desde o primeiro dia eleito. Isso, é claro, vai de encontro à conclusão de Wodak (2015/2020) sobre a políticos populistas de extrema direita não se enquadrarem na tese de inclusão-moderação.

A escalada autoritária de Trump no Twitter culminou, no dia 8 de janeiro de 2021, na decisão histórica da plataforma retirar do ar permanentemente a conta do ex-presidente, com os motivos sendo explicados pela empresa (Twitter, 2020). A suspensão aconteceu dois dias depois de apoiadores de Trump invadirem o congresso norte-americano numa tentativa de golpe de estado contra o resultado da eleição de 2020 do presidente Joe Biden, do Partido Democrata. Trump estava utilizando seu perfil na rede para fomentar *fake news* e incentivar seus eleitores a continuarem negando a legalidade do resultado eleitoral. A página de Trump tinha 89 milhões de seguidores e, após seu banimento, ele ainda chegou a utilizar a conta oficial da Presidência para criticar o Twitter e falar na construção de uma rede social própria em prol da liberdade de expressão. Esses posts também foram apagados pela empresa.

[80] No original: “an over-emphasis on Trump’s exceptional rhetoric on Twitter would most likely obfuscate the true, underlying behavior: Twitter can be a strategic political communication tool, and Trump utilizes it to great effect”.

[81] No original: “He has understood, before many, that mainstream citizens live in filter bubbles in which we each choose our own news and, dangerously, our own facts”.

5.1.3 Estilo político: imaginário e padrões de recrutamento

Young (2018) afirma o populismo de Trump em termos de estilo com a justificativa de que vivemos em um momento político altamente *aesthetic*, termo em inglês que significa uma primazia pela estética, de modo que seguimos o que políticos estão usando, quais seus slogans, suas redes sociais e seus estilos de vida. Ou seja, um modo de vida no qual tudo o que um político faz, fala, usa ou come tem significado político. "Se o estilo está em todo lugar, então nossa experiência social e política é estilizada"[82] (para. 14) e cita:

> O estudioso de retórica e cultura pública Robert Hariman [1995] explica que, como "as relações de controle e autonomia são negociadas por meio da composição engenhosa da fala, gesto, ornamento, decoração e quaisquer outros meios para modular a percepção e moldar a resposta", literalmente, nosso mundo "é estilo". O estilo, então, não é um método de catalogação, mas um veículo para "compreender a dinâmica de nossa experiência social ou a relação entre apelos retóricos e decisões políticas"[83]. (Young, 2018, para. 14)

Assim, a autora vai definir Trump como um político extremamente comprometido com a sua estética, a exemplo do início de sua campanha presidencial por meio da construção de um "grupo-interno de patriotas" que utilizavam o boné vermelho com o slogan máximo trumpista: "Vamos tornar a América Ótima/Grande Novamente". A retórica populista trumpista está atrelada intimamente ao seu aparato estético para consolidar Trump como uma marca de sucesso.

A autora traz os comícios trumpistas como o maior exemplo retórico da política estilística de Trump. "Para ter um estilo que ressoe, uma pessoa precisa projetar uma persona e ser bastante consistente a ela"[84] (Young, 2018, para. 22) e Trump soube projetar e consolidar sua identidade de forma estável ao longo de muitos anos. Assim, seus comícios funcionam como a performance de uma visão de mundo, como a América deveria ser aos olhos de Trump e seus seguidores. A multidão reunida de apoiadores de Trump pode ser facilmente reconhecida como tal, ainda que ninguém falasse seu nome, o que é um desempenho de seu estilo de acordo com Young, como uma marca bem estruturada.

---

[82] No original: "If style is everywhere, then our social and political experiences are stylized".

[83] No original: "Rhetoric and public culture scholar Robert Hariman explains that as 'relations of control and autonomy are negotiated through the artful composition of speech, gesture, ornament, décor, and any other means for modulating perception and shaping response,' literally, our world 'is styled.' Style, then, is not a method for cataloguing, but a vehicle for 'understanding the dynamics of our social experience or the relationship between rhetorical appeals and political decisions'".

[84] No original: "To have style that resonates, a person needs to project a certain persona and that persona needs to remain fairly consistent".

Fuchs (2018, p. 166) vai definir este estilo particular da política trumpista com o termo *Trumpology*, formado por quatro elementos: hiper-individualismo; trabalho duro; liderança; e o esquema amigo/inimigo ao lado do Darwinismo social.

Sobre o hiper-individualismo, o autor aponta para o fato de Trump fazer uso excessivo de pronomes singulares em primeira pessoa, como uma forma de reforçar que a mercadoria que ele quer vender é ele mesmo, como uma estratégia de acúmulo de capital de si:

> Trump é uma marca. Trump é uma estratégia. Trump é entretenimento. Trump é um espetáculo. Trump é política. Trump é a instrumentalização de tudo que o cerca. Trump é a mercantilização absoluta do eu[85]. (Fuchs, 2018, p. 166)

Conectado ao egocentrismo individualista de Trump, Fuchs discorre sobre o segundo elemento: a performance e ideologia de trabalhador árduo. Neste ponto, a retórica de Trump se pauta na ideia meritocrática de que ele precisou lutar muito para obter sucesso e enriquecer – numa implicação de que pessoas pobres não trabalham ou não se esforçam o suficiente. O autor traz exemplos destes tipos de falas de Trump em seu livro, escrito junto com Bill Zanker, *Think Big: Make It Happen in Business and Life* (2007):

> "Meu pai não me deu muito dinheiro, mas o que ele me deu foi uma boa educação e a fórmula simples para ficar rico: trabalhe duro fazendo o que você ama" … . "O trabalho árduo é o meu método para o sucesso financeiro" (p. 32). "Você pode ajudar a criar sua própria sorte, você pode fazer as coisas acontecerem por meio de muito trabalho e inteligência. Você pode se tornar mais sortudo" (p. 114). "Quanto mais você trabalha, mais sorte você tem" (p. 135). "Celebridades, bilionários, empresários de sucesso e superestrelas "Atitudes, ações, persistência e paixão . . . separam os vencedores dos perdedores" (p. 1)[86]. (Trump & Zanker, citados em Fuchs, 2018, p. 168)

A liderança é o terceiro elemento da *Trumpology* é caracterizada de duas maneiras por Fuchs. Trump se vende também como um grande líder e a ideologia por trás de "Fazer a América Ótima/Grande Novamente" é respaldada pela ideia de que os Estados Unidos precisam voltar a ser a grande liderança mundial em todos os aspectos – o que se conecta também ao nacionalismo da retórica trumpista. E para alcançar esse posto, Trump se coloca como o líder

---

[85] No original: "Trump is a brand. Trump is a strategy. Trump is entertainment. Trump is a spectacle. Trump is politics. Trump is the instrumentalisation of everything surrounding him. Trump is the absolute commodification of the self".

[86] No original: "'My father didn't give me much money, but what he did give me was a good education and the simple formula for getting wealthy: work hard doing what you love' … . 'Hard work is my personal method for financial success' (32). 'You can help create your own luck, you can make things happen through hard work and intelligence. You can become luckier' (114). 'The harder you work, the luckier you get' (135). 'Celebrities, billionaires, successful businesspeople and superstars' 'attitudes, actions, persistence, and passion … separate the winners from the losers'" (1).

forte que o país precisa, fazendo um paralelo entre governar e gerenciar uma empresa. Este último ponto também fortalece a retórica de Trump contra políticos de carreira, em contraposição dele mesmo, um empresário e líder nato.

Este é o gancho para o outro aspecto da ideologia de liderança da retórica de Trump: o *grande-pequeno homem*, que Adorno (1975) vai definir pela "aversão ao político profissional e, talvez, qualquer tipo de competência"[87] (Adorno, 1975, citado em Fuchs, 2018, p. 191). Fuchs (2018) nomeia esse comportamento como *lobo solitário* que luta contra a elite política (p. 252), o que leva Trump a se tornar, contraditoriamente ao seu discurso egóico, um homem comum, do povo.

É por meio desta aparente dicotomia entre ser o melhor, mais capaz e mais poderoso líder do mundo e, ao mesmo tempo, ser uma pessoa comum e simples que Trump também sustenta suas narrativas antissistema e anti-intelectuais, no que Wodak (2015/2020) denomina como *arrogância ignorante*:

> Eu não estou preocupado sobre se os intelectuais/jornalistas/políticos do sistema acham que tenho o que falar sobre como salvar o sonho americano... Minha experiência de negócios me mostra que funciona e eu quero fazer o possível para ver os verdadeiros americanos aproveitarem a mesma oportunidade para sucesso e segurança que eu tive[88]. (Trump & Shiflett, 2000, citados em Oborne & Roberts, 2017, cap. 11, para. 9)

Por fim, Fuchs (2018) fala sobre o aspecto ideológico do Darwinismo social conectado ao esquema de amigo/inimigo, que se relaciona com a retórica de exclusão trumpista. Para o autor, o Darwinismo social traz uma visão competitiva e até mesmo militar da sociedade, na medida em que há uma constante de batalhas, conflitos e guerras, além do pensamento egoístico de que apenas o mais forte pode e deve sobreviver e, para isso, deve derrotar seus inimigos. A analogia à retórica trumpista é clara: a necessidade de um contexto de medo para enquadrar determinados grupos como inimigos e poder eliminá-los – seja do país ou subjetivamente.

Num aspecto sociolinguístico da construção identitária de Trump, Sclafani (2018, p. 88) apresenta o modo como o ex-presidente utilizou estratégias discursivas como narrativa pessoal, construção de diálogo e um comportamento de interrupção para ganhar a simpatia do público. Por mais estranho que pareça, a tática de interrupção de Trump cunhou uma persona gostável e

---

[87] No original: "aversion to the professional politician and perhaps to any kind of expertness".

[88] No original: "I'm not worried about whether or not the intellectual / journalistic / political establishment thinks I've got the stuff to talk about saving the American Dream… My business experience shows me that it works and I want to do everything possible to see that regular Americans can enjoy the same opportunity for success and security that I have had".

interessante de ser vista para audiência. A autora apresenta recursos que ele utilizou para essa façanha, diminuindo sistematicamente reações críticas a esse comportamento por meio de um apelo positivo de polidez acompanhado de humor – capitalizando sua persona conhecida pela carreira de seu *reality show* e entretendo o público como uma celebridade. Dessa forma, Trump conseguiu transformar a tática de interrupção sistemática em poder e controle sobre a narrativa que ele queria construir.

Morini (2020) vai chamar essa estratégia de *performance de palhaço* (clowning performer), aludindo ao talento que Trump tem como *showman*, por sua experiência na TV e sua estratégia de criar comicidade para fascinar e conquistar seus eleitores. De acordo com o autor, as piadas, apelidos e zombarias *pesadas* de Trump, o ajudam a personificar o *homem comum* que luta contra as elites.

Outro ponto sociolinguístico interessante é a forma dúbia em como Trump construía diálogos em contextos monológicos *versus* sua autorrepresentação discursiva em debates – o que ajudou a moldar seu estilo distinto. No primeiro caso, Trump apelava para estratégias que uniam seu discurso político a sua história pessoal, rememorando conversas com a família, amigos, e repórteres, a fim de construir a identidade de um candidato que deixou a vida empresarial de sucesso porque se sentiu convocado a servir a América.

Já em debates, Sclafani (2018) observa que Trump utilizava citações de si mesmo para amplificar sua própria voz e suas próprias perspectivas e, assim, reforçar oposição aos seus adversários. Quando citava outras pessoas em debate, Trump permanecia vago sobre suas referências – o que, de acordo com a autora, serviu para construir uma autoridade epistêmica e uma mensagem populista.

É possível observar, a partir da bibliografia, que o populismo autoritário de Trump se esforça estrategicamente – de modo consciente – para atingir um público estadunidense específico, que se sentiu desamparado com o tímido avanço das pautas progressistas no governo Obama, *um homem negro*. Apesar disso, sua retórica soa espontânea, *impensada*, *dita no calor da hora* – como lhe interessa – e, assim, ganha contornos de autenticidade que são reconhecidos por aqueles que ele almejava recrutar.

5.2 Comunicação política de Bolsonaro

5.2.1 *O incomível*: patrulha ideológica e política do ódio

Como já mencionado nesta dissertação, Bolsonaro – bem como Trump – não moderou o tom de suas falas depois de ter sido eleito, à luz de características típicas de populistas de extrema direita (Wodak 2015/2020). Isso significa que o capitão da reserva continuou escalando o autoritarismo em sua comunicação, de modo até mesmo a inspirar uma certa normalização do conteúdo e estilo vulgares de sua retórica. O termo *incomível*, aliás – em alusão a práticas sexuais entre homossexuais –, foi utilizado pelo presidente pela primeira vez em uma entrevista no Palácio da Alvorada, quando questionado a respeito de seu estado de saúde, em maio de 2021. Na ocasião, Bolsonaro também se denominou como "imorrível" e "imbrochável" – este último já utilizado antes (UOL, 2021). A partir de então, ele viria a repetir tais palavras por diversas vezes, como um mantra.

Dentro deste cenário, num misto de valores conservadores e ao mesmo tempo hiper sexualizados, Bolsonaro se valeu de pautas de costumes e de direitos humanos para reproduzir uma lógica própria ao período da ditatura militar – e do populismo de extrema direita – que é a produção do inimigo interno, caracterizado como uma ameaça à ordem e à paz, como nota Teles (2018). Aqui, os ideais preconceituosos e conservadores da população brasileira são reforçados por meio da "produção de subjetividades binárias e antagônicas" (para. 4). Aliada às condições de dominação de uma sociedade historicamente racista, patriarcal e etnocida, cujo modelo social se estrutura para favorecer velhas e novas oligarquias, esse tipo de subjetividade tem como objetivo produzir "modos de anular ou de destruir qualquer prática de resistência" (para 4).

Dessa forma, Bolsonaro consegue, ao mesmo tempo em que se autointitula *incomível* ou *imbrochável* – fazendo claras referências a sexo, em contextos formais como entrevistas ou em passeatas e comícios com a presença de crianças –, fortalecer uma retórica de ódio que liga pessoas LGBTQIA+ a um mundo de obscenidade (Bulgarelli, 2018), relativizando, assim, o moralismo, e criando espaço para que ele se contraponha veementemente no debate público à inclusão da educação sexual nas escolas – criando uma enganosa conexão entre a temática e a doutrinação sexual da *ideologia de gênero* – expressão criada pela direita e que:

> merece ser entendida a partir do deslocamento do próprio significado de gênero. Trata-se de um mecanismo simples, embora bastante engenhoso, que consiste em reduzir esta categoria a uma ideologia, parcializando sua legitimidade e neutralizando seus efeitos. É característica desse tipo de disputa a multiplicação de políticos e candidatos que

> adotam a "ideologia de gênero" como um mal a ser combatido. Desde então, professores passaram a enfrentar reações hostis quando abordam gênero e/ou sexualidade em sala de aula, temas considerados controversos, quando não proibidos, por pais e diretores. Essa postura persecutória facilita o trabalho de desconstrução e transformação do gênero em uma categoria diabólica, a chamada "ideologia de gênero", tornando-se facilmente desqualificável. (Bulgarelli, 2018, para. 13)

Os conceitos de *povo* e de *cidadão de bem* para qual Bolsonaro fala, portanto, são pautados em um modelo de família heterossexual, branca e cristã conservadora da classe média trabalhadora brasileira, que costumeiramente se acredita atacada pelo avanço de políticas públicas voltadas às chamadas minorias, numa reversão histórica da lógica de oprimido e opressor (Wodak 2015/2020). Assim, a categoria antagonista nesta retórica, ou seja, o *Outro*, desumanizado (Bugalho, 2020), engloba todos os brasileiros que não se encaixam nessa premissa, o que é curioso em um país majoritariamente negro (56%) ("Total de Pessoas", 2022) e com a maior parte de sua população do sexo feminino (51,8%) ("Quantidade de Homens", s.d.). Nobre (2020) aponta que:

> mais do que um simples líder antissistema, Bolsonaro ... não pretende caber na institucionalidade democrática. Ele associa suas posições de extrema direita à defesa de tudo o que é ético e decente e identifica o restante – todo o sistema político – com a "esquerda", ou seja, com tudo o que é corrupto e corrompido da vida social em geral. (para. 48)

Ao longo dos anos, Bolsonaro deu diversas declarações que sustentam seu ponto de vista e reforçam a perspectiva do *nós versus eles*, como demonstra o Saint-Clair (2018). Em 2011, por exemplo, ele disse que preferia um "filho morto em acidente a um homossexual" (citado em "Bolsonaro: 'Prefiro Filho", 2011). Já em 2017, um ano antes da corrida eleitoral, comparou a base de peso de uma pessoa negra à usada para comercialização de gado, afirmando que teria ido a um quilombo e que "o afrodescendente mais leve lá pesava sete arrobas. Nem para procriador ele serve mais"; no mesmo evento, Bolsonaro contou que sua única filha foi resultado de uma "fraquejada" (citado em "Bolsonaro é Acusado", 2017, para. 3 e 6).

Ainda que tenha sido processado e condenado pelo crime de racismo em relação à sua fala animalizando pessoas negras, o presidente voltou a afirmar, em 2022, que negros são pesados em arrobas – demonstrando descompromisso com as consequências de suas falas. Esse padrão de falas ultrajantes também marcou, como discutido, sua trajetória como parlamentar.

Como aponta Bugalho (2020, capítulo, 17, para. 10), "além da desumanização, outra engrenagem essencial da barbárie, e que é consequência imediata da primeira, é a banalização da violência. Quando já não há mais horror diante do horror". Em 2018, durante a campanha

eleitoral, Bolsonaro chegou a dizer "Nós vamos fuzilar a petralhada e enviá-los à Venezuela" (Poder360, 2018), usando a retórica de demonização para demarcar o PT – representante da esquerda e de um mítico comunismo – como um inimigo muito claro. Até mesmo a plataforma política do então candidato continha mensagens antipetistas como "'a esquerda corrompeu a democracia e estagnou a economia', 'o legado do PT é ineficiência e corrupção'" (Feres & Gagliardi, 2021, p. 98). A comunicação de Bolsonaro pautada em discursos de ódio conseguiu assim, de acordo com Rocha et al. (2021), reunir a força do antipetismo impulsionada pela campanha de impeachment de Dilma Roussef; o sentimento de identidade e pertencimento das pessoas que estavam naqueles protestos políticos, que puderam expressar sentimentos tidos como vergonhosos depois do fim dos anos de chumbo, e a desconfiança no sistema político-partidário.

A *contrapublicidade de direita* – termo cunhado pelos autores mencionados para denominar uma estratégia discursiva que nasce pela reação ao frágil avanço de integração política de grupos sociais marginalizados – dotou os discursos de ódio – *politicamente incorretos* – de um sentido positivo de rebeldia. Por meio disso, Bolsonaro podia ser visto como um candidato autêntico e sincero que falava o que *o povo* tinha vontade, mas era tolhido, ironicamente, por uma patrulha do *politicamente correto*.

Este fenômeno foi denominado por Rocha et al. (2021) como o mais importante dos três grandes paradoxos de Bolsonaro examinados pelos autores: a sua capacidade de atribuir um caráter antissistema a posições socialmente dominantes, com o intuito de tornar sistemas de opressão legítimos novamente. Os outros dois paradoxos serão abordados ao longo deste capítulo.

5.2.2 *O imbrochável*: aversão à imprensa e uma mídia para chamar de sua

Bolsonaro escancara seu desprezo pelo que ele chama de *mídia esquerdista* – a imprensa crítica, no geral – utilizando a retórica de perseguição para rebater quaisquer tipos de questionamentos e investigações jornalísticas sobre seu governo. No entanto, apesar de reiterar críticas a jornalistas – principalmente jornalistas mulheres, uma classe que ele ataca de maneira específica –, o presidente utiliza a mídia formal como um dos caminhos de consolidação da agenda política que movimenta seus canais pessoais, reforçando a ideia de que é atacado e de que tentam silenciá-lo. Mais uma vez sua comunicação se pauta em uma lógica reversa, já que ele mesmo tenta a todo custo impedir a liberdade de imprensa e se recusa a dar explicações,

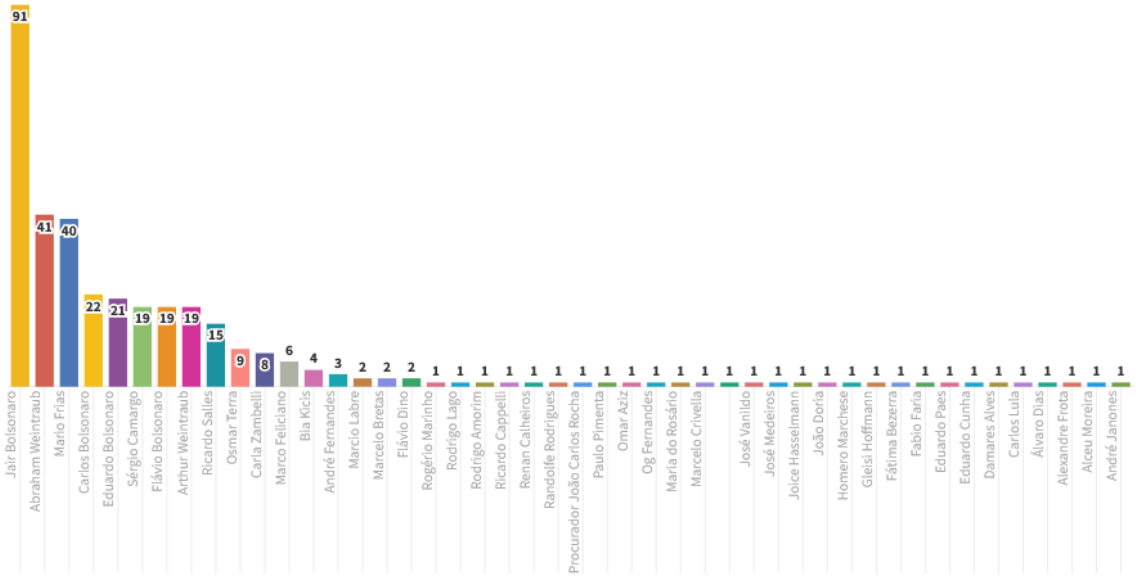
sempre impondo um tom autoritário para finalizar entrevistas (Nobre, 2020):

> "Ponto-final" é uma das expressões prediletas de Bolsonaro, especialmente ao lidar com a imprensa. Uma expressão que ele tem usado com cada vez mais frequência, quanto mais difícil de sustentar se torna sua posição. Ao lado do "tá okey?", "ponto-final" é típica expressão do caráter autoritário do atual presidente. Não só exige ter sempre a última palavra, mas pretender decretar e impor o momento em que qualquer discussão tem de ser encerrada, o momento em que não pode haver outra opção exceto silenciar. (Nobre, 2020, para. 10)

Nessa perspectiva, vale notar que, conforme levantamento da Abraji, Bolsonaro, na atualidade, é a autoridade brasileira que mais bloqueou jornalistas no Twitter (Figura 12). Trump também realizou essa prática, no entanto, os tribunais dos Estados Unidos, com base na Constituição do país, o impedirem de fazer isso e ele teve que desbloquear jornalistas e outros indivíduos que bloqueara na plataforma, a partir de demandas legais deles (Morris & Sarapin, 2020).

Figura 12

Jornalistas bloqueados por autoridades brasileiras no Twitter, conforme levantamento da Abraji



Nota. Reproduzido de "Bolsonaro bloqueia mais de 90 jornalistas e 10 veículos de comunicação", *Abraji*, de P. Teixeira, 2022 (https://bit.ly/3vg2aB9).

Por outro lado, a mídia social é usada por Bolsonaro como um meio para falar diretamente a seu eleitorado, transpondo a mediação jornalística que ele afirma ser *manipuladora* e *mentirosa*, o atual presidente faz uso massivo de suas redes sociais, principalmente o Twitter e YouTube, este especificamente para as *lives* semanais. Durante a

campanha eleitoral, ele utilizou um aplicativo chamado Mano em que era possível criar um canal de TV pessoal para fidelizar seus seguidores e afastar críticas (Padrão, 2019). Com o sucesso da estratégia, no início de 2022, o presidente lançou um aplicativo próprio, o Bolsonaro TV, que reúne todas as suas redes sociais para que seu público possa ser atualizado instantaneamente a cada postagem ("Bolsonaro Lança", 2022). Esse tipo de artifício impede o *fact-checking* jornalístico, fomentando o processo de desinformação em que Bolsonaro pode dizer o que quiser sem ser refutado.

Wodak (2015/2020) afirma que o sucesso de políticos populistas de extrema direita está relacionado às suas performances em todas as mídias democráticas modernas, incluindo TV, jornais e redes sociais. Ainda que Bolsonaro seja truculento e não faça questão de ter uma boa relação com a imprensa, sendo retratado de maneira negativa pela maior parte dos veículos de comunicação, essa talvez seja a performance ideal – e que ele deseja ter – para fortalecer sua estratégica comunicacional. Grande parte das entrevistas concedidas pelo presidente no "cercadinho" do Planalto servem como combustíveis para uma retórica inflamada direcionada à sua base, seja em suas *lives* ou em tweets vitimizados e concomitantemente desmerecedores do papel democrático da imprensa, sempre a associando a *fake news*.

Em 2021, a Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj) contabilizou quatrocentos e trinta casos de violência contra profissionais da área (Schuquel, 2022), sendo Bolsonaro o maior agressor – pelo terceiro ano consecutivo –, responsável por centro e quarenta e sete ataques, entre descredibilização da imprensa e agressões verbais. Mello (2020) afirma que nada disso é aleatório e que tais táticas ad hominem a jornalistas servem também como *cortina de fumaça* para mudar o foco da narrativa de algum problema no governo – geralmente relacionado à economia ou a escândalos de corrupção. A jornalista ainda pontua que Bolsonaro segue o manual *Como Acabar com a Imprensa Independente em dez lições*, obra do primeiro-ministro húngaro Viktor Orbán, populista de extrema direita, que conseguiu aparelhar a imprensa independente da Hungria a colocando porta-voz de seu governo, além de impor leis de censura, por meio de multas, a demais veículos que fizessem uma cobertura, considerada por ele, *insultuosa* ou *desequilibrada*. Segundo a London School of Economics, em 2017, cerca de 90% da mídia húngara estava sob influência do Fidesz, partido governista (Blog Administrator. (2017).

Nobre (2020) endossa essa linha de raciocínio sinalizando que Bolsonaro mimetiza táticas de populismos autoritários de outros países, que o autor nomeia como "parasitismo antissistema de um projeto antidemocrático via eleitoral" (para. 41). Nessa lógica, os ataques

permanentes às instituições democráticas acontecem, ao mesmo tempo que o presidente se beneficia do funcionamento delas:

> É apenas em um segundo momento – após uma reeleição, após mudanças constitucionais e institucionais radicais – que esses populismos autoritários se estabelecem em definitivo, suprimindo paulatinamente as instituições democráticas. Com instituições democráticas suprimidas ou mutiladas, o governo de plantão decreta que tudo passou a funcionar bem. Sem oposição, sem imprensa crítica, sem movimentos sociais, as mazelas são declaradas coisa do passado. O "sistema" é declarado derrotado e o novo governo autoritário se institui como "autêntica representação do verdadeiro povo". (Nobre, 2020, para. 41)

Apesar de não ter uma moderação absoluta em sua retórica, Bolsonaro frequentemente oscila entre personas, principalmente em suas publicações no Twitter. Apesar de suas falas autoritárias e excludentes, como "Deus acima de tudo! Não tem essa historinha de Estado laico não. O Estado é cristão e a minoria que for contra que se mude! As minorias têm que se curvar para as maiorias" (encontro na Paraíba, fevereiro de 2017), o presidente se posicionou contrário ao apoio do supremacista branco estadunidense David Duke – com um tom que apela ao mito da democracia racial (Figura 13) –, quando o ex-líder da Ku Kux Klan (KKK) afirmou que Bolsonaro soava como eles, durante a campanha eleitoral de 2018 (Senra, 2018).

Figura 13

Tweet de Jair Bolsonaro recusando apoio de grupos supremacistas

Nota. Postagem reproduzidas do Twitter de Jair Bolsonaro: https://bit.ly/2JfOWuU

Feres e Gagliardi (2021) apontam essa característica dúbia de Bolsonaro, frisando que isso ocorre principalmente durante o período de campanha: "A primeira persona é capaz de fazer as mais ultrajantes e atrozes declarações ... A outra declara que quer unificar o povo brasileiro, que irá governar para todos, e nega as acusações de que é intolerante" [89] (p. 90).

[89] No original: "The first persona is capable of making the most outrageous and atrocious statements ... The other

Interessante perceber como essa negação da realidade é uma marca constante da comunicação bolsonarista. O presidente diz e depois afirma que não disse, mesmo que se tenha provas para refutá-lo – como em entrevista ao Jornal Nacional no dia 22 de setembro de 2022, em que ele negou ter imitado pessoas com falta de ar durante a pandemia de Covid-19, em 2021, ainda que o fato esteja gravado em vídeo ("Assista aos 2 Vídeos", 2022). Ele também voltou a utilizar, no Twitter, o mito da democracia racial e a intenção de unificar o Brasil (Bolsonaro, 2022) depois dos atos de 7 de setembro de 2022, em que, além de utilizar dinheiro público para fazer comício, o que configura crime eleitoral, discursou em tom ameaçador contra os outros Poderes, reiterando intenções de golpe à democracia.

Foi durante os atos de 7 de setembro que o presidente puxou o coro de "imbrochável" em Brasília, que reforça o tom misógino e falocêntrico de sua comunicação, como se tal característica o tornasse *mais homem* e, assim, consequentemente *mais forte* e um candidato melhor. Por outro lado, a situação também demonstra a estratégia de Bolsonaro se colocar sob o holofote das manchetes com frases que chocam e, por isso, viralizam. Não à toa, ele aproveitou a cobertura midiática para capitalizar o discurso de forma positiva para si mesmo, tuitando a respeito de modo jocoso (Figuras 14) – o que demonstra seu contentamento com a repercussão.

Figura 14

Tweets de Jair Bolsonaro que reproduzem notícias da imprensa, com críticas irônicas

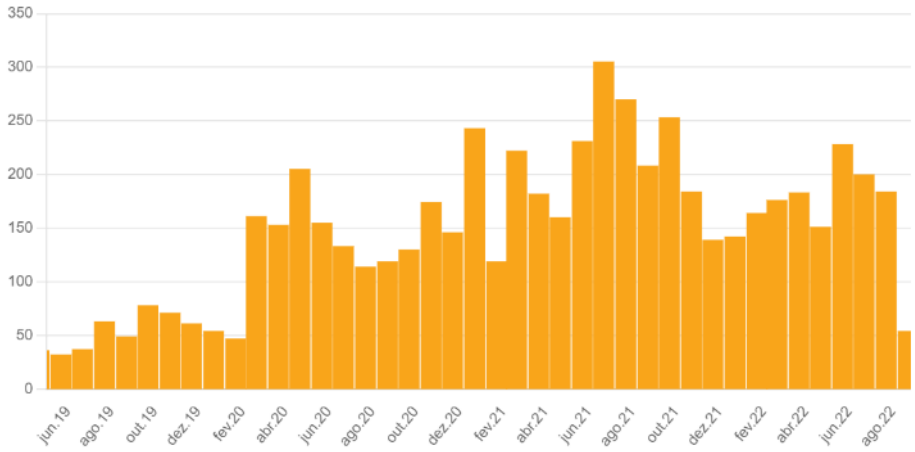
Nota. No tweet da esquerda o contraponto crítico é dado por um gif animado e na direita pelo texto da publicação. Postagens reproduzidas do Twitter de Jair Bolsonaro: https://bit.ly/3Bbvgn8 e https://bit.ly/3BwEyvn.

---

persona declares that he wants to unify the Brazilian people, that he will govern for everybody, and denies the accusation that he is a bigot".

Em setembro de 2022, a plataforma jornalística de investigação de campanhas de desinformação e de checagem de fatos *Aos Fatos* contabilizava que, em 1.346 dias de governo, Bolsonaro deu 6.195 declarações falsas ou distorcidas (Figura 15). As três afirmações mais repetidas foram: "Repito, três anos e meio sem corrupção", sobre a idoneidade de seu governo, repetida 221 vezes; "Eu fui desautorizado pelo Supremo Tribunal Federal", durante a pandemia de Covid-19, repetida 139 vezes; e "Desde o princípio, por ocasião da pandemia, eu falei que tínhamos que combater o vírus e combater o desemprego e a liberdade acima de tudo", repetida 113 vezes (Freitas et al., 2022).

Figura 15
Declarações falsas ditas por Jair Bolsonaro, desde junho de 2019



Nota. Reproduzido de "Em 1.346 dias como presidente, Bolsonaro deu 6.195 declarações falsas ou distorcidas", de A. Freitas, T. Nalon, B. Moura e L. F. dos Santos (Eds.). *Aos Fatos*, 2022 (https://bit.ly/3QCHcUR).

Descredibilizar as informações da imprensa, chamar produções jornalísticas de *fake news*, atacar jornalistas, e utilizar a cobertura crítica a seu favor é o modus operandi da comunicação autoritária de Bolsonaro. Essa estratégia – que não é original, como já vimos em Trump – parece dar certo. A despeito de todas as checagens, aquilo que o presidente fala é reconhecido como verdade irrefutável por parte de sua base, ao passo que a descrença no trabalho jornalístico continua crescente, com mais da metade da população brasileira, cerca de 52%, incrédula sobre a veracidade do trabalho da imprensa, como aponta a edição de 2022 do *Digital News Report*, do Reuters Institute (Newman, 2022).

5.2.3 *O imorrível*: o messias, o capitão e o homem do povo

"Sou Messias, mas não faço milagres."
– Bolsonaro, em coletiva no Palácio do Planalto, no dia 28 de abril de 2020, sobre o Brasil superar a China no número oficial de mortes pelo coronavírus, com mais de 5 mil vítimas (citado em Lima, 2020).

O jornalismo brasileiro dividiu o governo Bolsonaro em duas principais alas, que, apesar de algumas diferenças, se conectam por meio do conservadorismo: a ideológica, voltada aos princípios morais cristãos, com forte apoio da bancada evangélica no Congresso; e a ala militar, com o patriotismo e o fortalecimento da militarização do governo – que, de acordo com o Tribunal de Contas da União, tinha, em 2020, seis mil cento e setenta e cinco membros das forças armadas, mais do que o dobro dos demais governos brasileiros desde a redemocratização. Em 2020, das vinte e duas pastas ministeriais, nove eram comandadas por militares, além do vice-presidente Hamilton Mourão, general da reserva.

A religião cristã e militarismo são, assim, duas marcas fortes do governo Bolsonaro – não poderia ser diferente em sua comunicação. Os discursos do presidente se apoiam em três frentes bem demarcadas: os valores cristãos ultraconservadores; a saudosa memória da época da ditadura militar; e a exaltação de sua posição enquanto capitão da reserva, pregando, de acordo com Feres e Gagliardi (2021) "o retorno de métodos supostamente mais verdadeiros e simples das regras militares" [90] (p. 97). Os autores denominam este movimento discursivo de Bolsonaro sobre as forças armadas, que faz parte de sua política de autenticidade – como "revivalismo"[91]. O termo "revivalismo" é interessante para ser pensado nesse contexto por seu significado remeter a um fervor religioso dentro de um grupo cristão, um movimento que tem como objetivo tornar a religião mais popular e influente.

A analogia se encaixa perfeitamente no entrecruzamento dos valores cristãos e militares de Bolsonaro – que o historiador Rocha (2021) vai nomear como *guerra cultural*, sustentada pelo discurso de ódio contra minorias políticas, a luta contra o *globalismo e o marxismo cultural*, e o revisionismo histórico. Aqui, também, com grande influência e respaldada pela *intelectualidade* de Olavo de Carvalho, como já mencionado. O presidente tenta reescrever a História ao negar a existência do racismo estrutural e do golpe militar em 1964, afirmando que o que houve na verdade foi uma revolução para salvar o país – celebrada pelo presidente, em

[90] No original: "a return to the allegedly simpler and truler methods of military rule"

[91] No original: "revivalism"

suas redes sociais, durante os quatro anos de seu governo.

Esse movimento retórico tem consequências diretas no patrulhamento ideológico dentro da educação brasileira. Como resultado, os novos livros didáticos do governo, que foram lançados em 2021, suavizam o período de violência e censura no Brasil e evitam mencionar questões político-sociais para se adequarem à orientação ideológica do governo.

A guerra cultural bolsonarista, então, propõe um embate contra a educação e o conhecimento científico em busca do que seria *a verdadeira educação e cultura* (Rocha, 2021). Como ação concreta de sua comunicação, em 2021, Bolsonaro cortou 87% da verba para Ciência e Tecnologia, vetou 2,2 bilhões de reais da Educação e bloqueou 2,7 bilhões reais da pasta.

A questão da segurança pública é central para comunicação autoritária e militarizada de Bolsonaro. Durante a campanha eleitoral de 2018 ele se tornou um candidato referência sobre o assunto. A retórica usada pelo capitão nesse sentido, que seguiu durante o seu governo, foi explorar o medo da violência e a sensação constante de insegurança, principalmente nas grandes cidades, oferecendo soluções simples para o problema, como o armamento da população, e explorando o senso comum, num jogo de *nós versus eles*, sob o pretexto de que "direitos humanos são para humanos direitos" e "bandido bom é bandido morto" – que corrobora com a defesa da escalada da violência policial e do enrijecimento das leis penais, como a diminuição da maioridade penal (Rocha et al.).

Para os autores, a militarização do governo Bolsonaro, resultado do apoio de uma nova direita brasileira que denunciava o legado da ditadura militar, se encaixa como um dos paradoxos de Bolsonaro que eles nomeiam como "paradoxo de consequências não intencionais". Para elucidar a análise, os autores citam a fala, realizada numa aula de pós-graduação do Instituto Mises Brasil – um *think tank* ultraliberal brasileiro que, conforme informações disponíveis em seu site na internet (https://www.mises.org.br/), alega estar voltado à "produção e à disseminação de estudos econômicos e de ciências sociais que promovam os princípios de livre mercado e de uma sociedade livre" –, de um dos intelectuais da nova direita, Martin Vasques da Cunha, que disse ter observado, em 2016, uma tragédia:

> Em uma aula, Cunha propôs um debate sobre um livro que é central para o ultraliberalismo, escrito por Hermann Hoppe, que afirma: "não pode haver tolerância para democratas e comunistas em uma ordem social libertária" (Hoppe *apud* Cunha, 2020). Quando Cunha afirmou que esse ponto de Hoppe era contrário a uma "ordem social libertária" e condizente com uma "ordem social totalitária", a única resposta que veio de seus alunos foi de Eduardo Bolsonaro ...: "Professor, em casa nós temos armas

e facas para que isso possa acontecer *aqui*, no Brasil"[92]. (p. 146)

No que tange ao cristianismo, Bolsonaro se esforçou para ser entendido como um *homem de Deus* e se aproximar da agenda moral das igrejas evangélicas – sendo batizado pelos pastores Everaldo, em 2016, e Edir Macedo, em 2019. O fato de ter sobrevivido à facada em 2018 foi aproveitado nesse sentido, como uma mensagem divina – daí se autointitular *imorrível*, discurso que seria reforçado mais tarde por meio de sua postura negacionista em relação à pandemia do coronavírus, denotando sua força inquebrável.

De acordo com Rocha et al. (2021), *Deus* foi uma das palavras que Bolsonaro mais usou no decorrer da campanha presidencial e no discurso de posse, em 2019. O seu plano de governo compunha diversas referências religiosas, incluindo uma de suas mais famosas citações bíblicas: "Conhecereis a verdade e ela o libertará" (João 8:32) – referenciando a si mesmo como o detentor desta verdade ou, em um tom messiânico, como um porta-voz divino.

Assim, Bolsonaro constantemente invoca "a vontade de Deus" em sua comunicação, com apelos à religiosidade que, como apontam Feres e Gagliardi (2021), "compõem sua marca de autenticidade encharcada de emotividade" [93] (p. 98). Por meio deste chamamento emocional a Deus constrói-se uma retórica que não é passível de questionamento, pois questioná-la seria questionar o próprio Deus e a sua vontade, conforme Vieira (2018): "o fundamentalismo religioso cristão trabalha com o conceito da verdade absoluta, inquestionável, eterna, imutável, e para além da história" (cap. 12, para. 2). É por meio deste fundamentalismo retórico, principalmente, que Bolsonaro alinhava a moralização da vida à política de ódio.

No entanto, embora reforce sua posição de capitão da reserva; sua autoridade máxima, acima de qualquer outro Poder (Legislativo e Judiciário); e se autoconsagre um "escolhido divino", Bolsonaro ainda consegue usufruir da tática populista de transmitir a mensagem de *homem comum*, como descrito no capítulo 4.2., sobre o contexto e trajetória de sua história. Dessa forma, novamente, encaramos uma ambiguidade em sua comunicação, entre um *homem poderoso* e um *homem do povo*, que veio do interior e conseguiu chegar aonde está através de seu esforço e trabalho – que se encaixa como parte de sua retórica meritocrática e antiesquerda.

---

[92] No original: "In one class, Cunha proposed a debate about a book that is central to ultraliberalism, written by Hans Hermann Hoppe, which affirms: 'there can be no tolerance for democrats and communists in a libertarian social order' (Hoppe *apud* Cunha, 2020). When Cunha said that this point by Hoppe was counter to a "libertarian social order" and coherent with a 'totalitarian social order,' the only response from his students came from Eduardo Bolsonaro …: 'Professor, at home we have guns and knives so that this can happen *here*, in Brazil'".

[93] No original: "these appeals to religiosity composse a brando of authenticity that is drenched with emotionality".

É justamente essa ambiguidade que suaviza o contorno da comunicação mais raivosa e extremista de Bolsonaro. Ao se mostrar como um homem comum ele se conecta com "a linguagem do povo", o que de certa forma diminui o impacto negativo de suas falas, que passam a ser vistas como marca de autenticidade e honestidade, em contrapartida a "políticos tradicionais que falam bonito com a intenção de enganar e manipular a população" (Rocha et al., 2021, p. 132)[94].

Ironicamente, Bolsonaro consegue a façanha de se vender como um *outsider* do sistema político, mesmo estando há trinta anos dentro da política como deputado federal. Essa capacidade de representar a si mesmo como um *antissistema* mesmo ocupando uma posição central de poder – no caso agora como presidente – é o terceiro grande paradoxo de Bolsonaro destacado por Rocha et el. (2021), definido como *contrapublicidade dominante* e utilizado por demais políticos da extrema direita.

Outro ponto importante da comunicação autoritária de Bolsonaro é que, apesar de se colocar ao lado das forças armadas e da igreja evangélica, ele mantém seu ímpeto rebelde da juventude e, como pontua Nobre (2020) "não pretende 'administrar' um governo 'normal'":

> Quem se põe no caminho dessa lógica de funcionamento é jogado debaixo do ônibus, mesmo que sejam generais. ... Bolsonaro não se renderá à ala militar de seu governo. Nem a qualquer outro grupo. Quando dá a impressão de que se rendeu, Bolsonaro se desmente em seguida, mostrando que se trata apenas de um recuo tático. É o caos como método em sua versão mais evidente. (para. 152)

Assim, é possível analisar que Bolsonaro governa e se comunica de uma forma que supera qualquer suposta tentativa de controle – seja institucional ou ideológica. Sua comunicação, por mais que possa ser vista como estratégica a fim de alcançar determinados públicos, é fruto do âmago de sua visão de mundo, e isso não parece ser algo negociável.

[94] No original: "traditional politicians, who 'talk pretty' with the intente of fooling and manipulating the population".

6 ESTUDOS COMPARADOS DA COMUNICAÇÃO POLÍTICA DE TRUMP E BOLSONARO

Fizemos uma pesquisa em bases de dados científicas para localizarmos investigações científicas que abordassem ambos os políticos de interesse, em análises comparadas. É necessário notar, porém, que isso foi feito sem a pretensão que o levantamento realizado tenha envolvido toda a literatura – que, ademais, têm acréscimos constantes. A seleção privilegiou os estudos nas quais aspectos de comunicação ou linguagem são destacados. É possível agrupar os trabalhos recolhidos, embora existam sobreposições, em quatro dimensões principais: 1) *ideologia* – com quatro trabalhos, 2) *discurso/linguagem* – também com quatro estudos, 3) *campanhas* – com três e 4) a temática emergente da pandemia de *coronavírus* – com quatro investigações.

6.1. Dimensão ideológica

Assim, no terreno ideológico, Morelock e Narita (2021) buscam atualizar e exemplificar a produtividade da reflexão dos autores da Escola de Frankfurt para o estudo dos novos autoritarismos de pendor populista. Desse modo, utilizam a metodologia adorniana das *constelações*, ou seja, a tentativa de capturar os elementos centrais de um objeto (o populismo autoritário) a partir de movimentos de reflexão dialéticos, nos quais são sobrepostos domínios inerentes a ele; no caso, os do *autoritarismo* e do *populismo*, e da conflituosa relação entre o *povo* e o *não povo*. A metodologia possui duas etapas, a primeira procura desmembrar os elementos do fenômeno de interesse, por meio de conceitos, e a outra é representacional, ou seja, há o esforço de reagrupar as partes em uma exposição das contradições sociais.

Os autores partem de uma definição sintética e tradicional de populismo como um antagonismo entre o povo e a elite, e indicam a existência de três narrativas populistas básicas: povo/elite, povo/*outsiders* e povo/não povo. A primeira é a mais comumente adotada por populistas, a segunda é autoritária e se relaciona ao modo como o povo é articulado discursivamente, por fim, a última é uma combinação das anteriores, mais autoritária ainda, e que possui duas variações principais: "a) infiltração – forasteiros são ou se tornaram elites; b) traição – as elites estão mais alinhadas com os *outsiders* do que com o povo. … A narrativa de

pessoas/não pessoas também é um solo fértil para a paranoia e a teoria da conspiração"[95] (Morelock & Narita, 2021, p. 95).

Nessa discussão, observa-se como o populismo de Trump e Bolsonaro – como ocorre com qualquer ideologia – é modulado pelos contextos de seus países de inserção. Assim, como o Brasil não possui na contemporaneidade forte atração de estrangeiros, são as elites liberais, de centro ou de esquerda que são acusadas mais frequentemente de estarem em oposição ao povo – diferentemente dos EUA, em que os *outsiders* são geralmente grupos étnicos minoritários e imigrantes. Apesar disso, os imigrantes podem também ser colocados como alvos, a depender de suas origens: Bolsonaro, em 2015, se referiu a senegaleses, haitianos, iranianos e bolivianos como "escória do mundo" ("Antes de Trump", 2018). Elementos como esses contrabalançam a avaliação de autores como Anderson (2019), que acredita que Bolsonaro não se encaixa no padrão dos populista de direita atuais. Segundo ele, embora o presidente brasileiro tenha "a atitude de valoroso inimigo do establishment, [que] somada ao estilo rústico, de homem do povo, pertence ao repertório do que geralmente se entende como populismo" (p. 249), a inexistência de debate sobre a imigração no país e o *nacionalismo* sem propensão à defesa do interesse nacional que ele adota, o tornam *sui generis*.

De qualquer forma, Morelock e Narita (2021) deixam clara a afinidade entre Trump e Bolsonaro, inclusive em elementos emergentes do populismo autoritário atual, como a tendência *decisionista* dos líderes. Em Trump, isso se relaciona ao aumento no número de ordens executivas presidenciais feitas por ele e, em Bolsonaro, à crítica das instituições – como o Supremo Tribunal Federal (STF) – que procuram limitar seu poder.

Ainda no âmbito do estudo comparado da ideologia política, Baptista et al. (2022) investigam Trump e Bolsonaro, mais especificamente os tweets durante o período eleitoral respectivo de cada um deles, de 2016 e 2018. O trabalho tem o objetivo de identificar elementos do populismo no discurso desses líderes. As autoras adotam uma compreensão comunicacional do populismo e notam que:

> Analisar o discurso de Bolsonaro e Trump sob a perspectiva da comunicação populista é importante devido ao uso midiático que ambos fazem nas redes sociais para se comunicar diretamente com apoiadores, além de possibilitar a identificação das estratégias e retóricas utilizadas para a manutenção de valores defendidos por esses líderes. (p. 106)

[95] No original: "a) infiltration – outsiders are or have become elites; b) betrayal – elites are aligned with outsiders more than with the people. … The people/non-people narrative is also a fertile soil for paranoia and conspiracy theory".

O foco desse trabalho é a questão da despolitização e os valores mobilizados na retórica populista de Trump e Bolsonaro e a relação deles com o movimento conservador atual, procurando averiguar em que medida isso ocorre no corpus. Por conta disso, a literatura sobre o primeiro tema é incorporada. A despolitização, assim, é percebida como possuindo três possibilidades: 1) a delegação das funções do Estado para instituições, atores sociais e mercado financeiro, 2) quando questões antes politizadas na esfera pública são deslocadas para a esfera privada, e 3) deslocamento de questões do âmbito privado para o reino dos fatos; a justificação de tomar decisões a partir de *vontades divinas* e naturalizadas é um exemplo. O trabalho realiza uma análise qualitativa dos tweets, agrupando-os em categorias, sendo observado que a comunicação populista aparece de diferentes formas. Os quatro eixos que a caracterizam são: a) comunicação direta; b) ataques; c) nacionalismo; d) despolitização. De maneira geral, ambos os políticos possuem mensagens que se enquadram nessas categorias, no entanto, a última temática é mais evidente em Bolsonaro, que despolitiza questões pautadas por grupos progressistas que envolvem respeito a garantias de direitos de determinados grupos sociais.

Os estudos de Almeida et al. (2020) e Felinto e Grusin (2022) podem ser situados na fronteira entre o ideológico e o discursivo – mas, como informado, essa classificação tem sobretudo fim expositivo. No primeiro caso, os autores partem do conceito de *populismo 2.0*, elaborado por Gerbaudo (2015), para enquadrar a atuação de Trump e Bolsonaro na plataforma Twitter, situando-os no âmbito do que chamam de *twittocracia*, ou seja, "um modelo comunicacional entre representantes e representados em que o principal canal de comunicação com os cidadãos e, muitas vezes, com os próprios ministros do governo, são as mídias sociais e, principalmente, o Twitter" (p. 3). Observa-se, nesse aspecto, que a conta pessoal de Trump no Twitter foi o principal canal de comunicação do ex-presidente estadunidense, e que ela atingiu a marca de 86 milhões de seguidores (atualmente, Bolsonaro possui mais de oito milhões). O trabalho procura, então, analisar tweets veiculados pelos dois nos cem primeiros dias de mandato, para explorar aspectos gerais deles foram elaboradas categorias sobre o *objetivo do tweet*; *temática* e *estilo da postagem*, e os tweets ligados a características relacionadas ao populismo, a partir de três categorias: o conteúdo *antiestablishment*, os *sentimentos* e a *definição de antagonista*.

Quanto aos resultados, os autores observam que o conteúdo dos tweets de ambos os presidentes mobilizou amplamente elementos associados ao antagonismo (interno e externo) e ao apelo antissistêmico. Bolsonaro publicou com maior diversidade em termos da utilização de recursos midiáticos no Twitter (fotos, vídeos, emojis e retweets), efetuando uma comunicação

direta e simples. O conteúdo *antiestablishment* é notável em ambos os casos: 18,7% dos tweets de Bolsonaro e 20,1% dos tweets de Trump fazem colocações antielites, anti-instituições, antimercado ou antimídia. Esses políticos têm um posicionamento contra a mídia profissional que os critica, realizando uma inversão argumentativa, na qual defendem, primeiro Trump e depois Bolsonaro, que o jornalismo dos meios tradicionais é fonte de *fake news*, ao qual a comunicação digital das redes se oporia e que esses líderes confrontam. Segundo Almeida e colaboradores (2020), o Twitter de Trump apresentou características populistas mais marcadas, expressando mais ideias e posicionamentos do que o mandatário brasileiro, que utilizou mais a comunicação digital no Twitter para divulgar medidas e ideias, no âmbito econômico do próprio governo e em política externa. A análise de sentimentos mostrou predominância de conteúdos positivos, o que pode ser justificativo pelo período temporal da análise, o início dos governos desses líderes. Como os autores notam, seus resultados podem ser discutidos à luz de estudos que abordem períodos e plataformas digitais diferentes, para entender o alcance dos resultados, bem como possíveis variações.

Já o ensaio de Felinto e Grusin (2022) desenvolve o conceito de *gore mediation* para entender paralelos entre os dois políticos, procurando mesclar características das noções de *gore capitalismo* e *premediation*. O primeiro diz respeito ao modo violento como o sistema capitalista se estrutura, acumulando corpos e mortos, com o objetivo de lucro; o segundo, a uma lógica medial específica de antecipação que tenta projetar determinados futuros, por meio de formatos da mídia. O conceito geral de *gore mediation*, que se conecta à noção de *necropolítica*, remete, em última instância, ao modo Trump e Bolsonaro utilizam diferentes mídias como uma arma para atacar seus adversários, multiplicando "premediações" de violência autoritária. Um exemplo de análise do trabalho que utiliza o conceito, para mostrar sua produtividade, é a insurreição de 6 de janeiro de 2021 contra a posse de Joe Biden nos Estados Unidos. A *gore mediation* independe da verdade factual, por isso se combina ao uso de *fake news* e desinformação que podem se tornar incitamentos ao linchamento virtual de algum profissional de mídia – daí a frequente crítica ao jornalismo profissional.

Uma observação relevante do estudo que o conceito de *gore mediation* faculta à análise é a reflexão de que os vetores de influência e inter-relação entre esses atores podem ser invertidos. Geralmente, pensa-se em Trump afetando Bolsonaro, os EUA, o Brasil. Porém, os autores notam que talvez seja a inserção maior do *gore capitalism*, mais típico do Terceiro Mundo, na realidade estadunidense que torna a aproximação entre esses políticos mais consistentes. Daí, as acusações, via mídia social, do ex-presidente dos EUA aos imigrantes,

minorias raciais, ambientalistas e pessoas LGBTQ+, bem como o Congresso – demonstrado inclusive no último ato do governo Trump, de não aceitação do resultado eleitoral. Vale notar, por fim, que a intensificação do medo e da raiva, que a *gore mediation* promove, de acordo com os autores, é típica do populismo, conforme será discutido.

6.2 Dimensão do discurso/linguagem

A similaridade entre Trump e Bolsonaro que os estudos sobre a questão ideológica indicam transparece também, de maneira geral, nas investigações sobre o discurso e a linguagem de ambos os políticos. Em Morais e Ferreira (2021) são localizadas semelhanças nos modos como, durante suas campanhas eleitorais, esses líderes produziram um discurso de ódio contra os imigrantes – mesmo que, no caso do Brasil, como já observado, isso não seja um aspecto social tão premente. Os autores utilizam teorias sobre a metáfora e abordagens sobre o populismo, para analisar esse ponto, em um conjunto de declarações sobre o tema dadas por eles. O trabalho é complementado por análises de charges desses políticos. Como o populismo tem uma forte dimensão metafórica, a combinação de teorias é pertinente.

Novamente, nesse estudo, o elemento contextual da realidade de Brasil e EUA produz variações nos discursos, apesar de suas similaridades. Assim, para o presidente brasileiro, a *segurança nacional*, relacionada ao tema da imigração, é um aspecto que se associa às Forças Armadas, o que não ocorre em Trump. Já o *outro* do discurso bolsonarista tende a ser interno, isto é, grupos sociais marginalizados ou movimentos de luta de trabalhadores, como o MST, que são vistos como *inimigos*. Outra diferença é a autorrepresentação metafórica dos países, com Bolsonaro situando o Brasil acima dos que ele considera menos desenvolvidos, mas abaixo dos que seriam mais. Morais e Ferreira (2021) interpretam esse achado, em termos de uma desclassificação do *outro* interno, agora em termos raciais e culturais. "Jair Bolsonaro expressa em seu discurso a ideia de um país que tem uma imagem negativa de si mesmo"[96] (p. 99).

Macagno (2022), também no eixo dos trabalhos sobre a linguagem, faz uma comparação entre quatro políticos: Bolsonaro, Trump, o italiano Matteo Salvini e o presidente atual dos EUA Joe Biden, que serve como um contraponto, por ser um ator político não populista. O autor analisa um corpus de tweets argumentativos desses políticos, até seis meses da posse de cada, para detectar os tipos de argumento, as falácias (por exemplo, *argumentum ad hominem*,

[96] No original: "Jair Bolsonaro expresses in his speech the idea of a country that has a poor image of itself".

espantalho, apelo ao povo) e os usos e abusos de *palavras emotivas*. A investigação estava preocupada, em particular, com estratégias implícitas e táticas enganosas usadas pelos políticos.

Tratados quantitativa e estatisticamente, de maneira a comparar os políticos, os dados evidenciam aspectos cruciais da argumentação dos chamados líderes "populistas" no Twitter. A primeira e mais evidente característica é a frequência de seus movimentos manipuladores – significativa e visivelmente muito maior do que os não populistas (como Biden). Os tweets não associados a uma falácia são a minoria nas mensagens de Salvini, Trump e Bolsonaro, já os tweets argumentativos que podem ser considerados presumivelmente aceitáveis (Erduran et al., 2004; Rapanta e Walton, 2016) são quase uma exceção em Salvini, e muito pouco frequentes nos outros dois líderes populistas. A segunda característica marcante é o uso de ataques, que quase não são usados por Biden, mas são difundidos nas mensagens de outros líderes. Por fim, a frequência de palavras emotivas é muito maior em Salvini, Trump e Bolsonaro do que em Biden[97]. (Macagno, 2022, p. 79)

Embora o autor faça a ressalva de que o meio do qual foram selecionadas as mensagens, o Twitter, com sua brevidade característica, possa ter influenciado o resultado, na medida em que o desenvolvimento de argumentos é mais difícil nessa plataforma, isso não deveria necessariamente levar a argumentos frágeis e enganosos. A comparação com Biden, por sinal, destaca esse aspecto. Desse modo, a conclusão é preocupante: as lideranças populistas, incluindo Trump e Bolsonaro, não usam a plataforma digital com o objetivo institucional de se comunicar com os cidadãos, apresentando argumentos que possam ser compreendidos, avaliados e discutidos. Mas tendem a fundamentar suas conclusões em crenças já partilhadas por quem adota a visão política deles. Os populistas elaboram uma linguagem e cultura política que é própria de seu grupo, definida por pressupostos específicos. "Seus argumentos são claramente 'persuasivos', mas apenas na medida permitida pelos limites da aceitação cega de um fundamento que não é comum a todos os cidadãos"[98] (Macagno, 2022, p. 79).

---

[97] No original: "crucial aspects of the argumentation of the so-called 'populist' leaders on Twitter. The first and most evident feature is the frequency of their manipulative moves – significantly and visibly much higher than the ones of non-populist ones (such as Biden). The tweets not associated with a fallacy are the minority in Salvini's, Trump's, and Bolsonaro's messages …, the argumentative tweets that can be considered as presumptively acceptable (Erduran et al., 2004; Rapanta and Walton, 2016) are almost an exception in Salvini, and very little frequent in the other two populist leaders. The second striking feature is the use of attacks, which are almost not used by Biden but are pervasive in other leaders' messages. Finally, the frequency of emotive words is much higher in Salvini, Trump, and Bolsonaro than in Biden".

[98] No original: "Their arguments are clearly 'persuasive', but only to the extent allowed by the boundaries of the blind acceptance of a ground that is not common to all the citizens".

O trabalho de Baronas e Ponsoni (2018) é uma exceção, no subgrupo dos estudos da linguagem e em geral, por destacar uma *diferença* entre Bolsonaro e Trump. Os autores apontam, a partir de uma investigação de fragmentos textuais de Trump e Bolsonaro – de entrevistas e três postagens do Facebook do contexto da campanha política de cada um deles –, sob um referencial da Análise do Discurso, que a linguagem desses líderes possui dissimilaridades significativas. A principal é que, enquanto em Bolsonaro o sujeito da enunciação estabelece com os seus destinatários uma relação de proximidade, de compartilhamento enunciativo, o que projeta a imagem de um *homem do povo*, em Trump o sujeito da enunciação se apresenta, diferentemente, como um *porta-voz* dos seus destinatários supostos, ou seja, um agente intermediário dos discursos daqueles que ele representa, no caso, os eleitores republicanos. Enquanto no primeiro caso predomina um compartilhamento enunciativo, no segundo se dá uma partilha. A análise parece consistente com o referencial teórico, mas não implica excluir algum desses líderes do campo do discurso populista, mas sim que eles articulam concepções de *povo*, e de sua relação com o *líder*, de modo um tanto diferente. Embora os autores não procurem interpretar essa conclusão, talvez ela possa ser compreendida – particularmente se validada por um corpus mais extenso – a partir da observação de Anderson (2019) sobre as diferentes trajetórias pessoais dos dois líderes. "A personalidade pública [de Bolsonaro] é mais ambígua. Tosca e violenta, certamente, mas também com um lado juvenil e jocoso, capaz de um humor grosseiro e até autodepreciativo, muito distante da atitude carrancuda de Trump" (p. 242).

Entre o estudo ideológico e o de campanhas está o trabalho de Novoselova (2020) – mas contabilizado no primeiro grupo –, que procura discutir como o nacionalismo e o populismo se articulam nos estilos de comunicação das campanhas eleitorais dos políticos aqui destacados, bem como as peculiaridades de expressão de mensagens políticas nas mídias sociais. A autora realiza uma ampla revisão de literatura de investigações empíricas, buscando elaborar generalizações, a partir das inter-relações entre os resultados das pesquisas sobre mensagens nacionalistas e populistas de Trump e Bolsonaro, nos contextos das campanhas eleitorais que eles participaram. A metodologia da análise de conteúdo foi utilizada na leituran dos artigos selecionados. A discussão teórica efetuada conduz a uma operacionalização dos conceitos de populismo e nacionalismo, para uso na análise de conteúdo, conforme as seguintes categorias: 1) referência ao *povo*, 2) luta conta a *elite corrupta* e com a possível extensão de 3) identificação de um grupo externo, para o primeiro conceito (populismo); e para o segundo (nacionalismo): 1) grau de confiança em outras nacionalidades (grupos externos), 2) orgulho da própria Nação,

3) isolacionismo, 4) posicionamento da identidade nacional superior a outras e 5) Estado versus identidade étnica.

O trabalho elabora quatro afirmações gerais sobre o populismo articulado ao nacionalismo de Trump e Bolsonaro. Primeiro, ambos os líderes associam o seu caráter de *outsiders* ao patriotismo e valores nacionais, fazendo forte uso de símbolos (bandeira, cores etc.), com a idealização de um ambiente nacional fraterno, a partir de retórica emocional. Em segundo, a exacerbação do nacionalismo no ataque a oligarquias – ou grupos percebidos como da elite, como a imprensa, vista como impatriótica – que teriam usurpado poder do povo. Terceiro, o enquadramento de temas de preocupação da agenda pública – como segurança, saúde e economia – com um ponto de vista nacionalista; assim, é possível entender a apologia às Forças Armadas e a defesa da ampla circulação de armas pelos dois políticos. Quarto, o conceito de dividir o país em grupos cristãos ou familiares, que o candidato unificaria, e separá-lo de grupos minoritários é um paradigma da comunicação política digital de Trump e Bolsonaro. No caso estadunidense, com já observado, os imigrantes são o alvo principal e, para o brasileiro, os grupos como a comunidade LGBTQ+, os indígenas e esquerdistas de maneira geral. Em resumo, para Novoselova (2020), no discurso das campanhas, Trump e Bolsonaro propagaram "um enquadramento de exclusão por meio de mensagens nas redes sociais, com o objetivo de se estabelecerem como a representação única do grupo interno construído e o defensor contra grupos externos"[99] (p. 362).

6.3 Dimensão das campanhas

Com preocupação mais diretamente voltada a campanhas eleitorais há os trabalhos de Ituassu et al. (2019), Iasulaitis e Vieira (2019) e Moura e Corbellini (2019). O primeiro procura refletir sobre os impactos da comunicação política digital sobre a democracia, utilizando as campanhas presidenciais de 2016 e 2018 dos líderes em questão como referência do estudo histórico de caso apresentado, que é sustentado por informações de mais de 300 tipos de documentos, incluindo artigos, reportagens, relatórios, entrevistas. A discussão conceitual envolve os conceitos de *americanização* e *modernização* das campanhas eleitorais, sendo feita a proposta de que a noção de *hipermidiatização* seria mais adequada do que as mencionadas para compreender o processo que permite que "as campanhas descubram e dirijam a opinião

[99] No original: "an exclusionary frame through messages on social media in order to establish themselves as the single representation of the constructed in-group and the defender against out-groups".

pública, uma vez que criam minorias (em vez de seguir maiorias), administrando o desenvolvimento contemporâneo da cidadania"[100] (p. 17). Embora não utilize a discussão de Da Empoli (2019) sobre tema correlato, as conclusões são similares.

Isso ocorre, pois a operação indicada leva à fragmentação dos públicos, em diferentes minipúblicos. Aspecto que tanto a campanha de Trump quanto a de Bolsonaro exploraram, além de terem em comum, conforme a documentação evidencia, o uso de automatização da campanha – com uso de robôs, por exemplo – difusão de desinformação e fragmentação dos públicos/mensagens; no caso de Trump, principalmente a partir do Facebook e, em Bolsonaro, pelo WhatsApp. O aspecto negativo dos minipúblicos é que eles podem dar origem às chamadas câmaras de eco – no qual pessoas com a mesma opinião simplesmente as repetem, sem o uso de argumentação crítica –, impedindo que a discussão social efetivamente ocorra.

O problema dos públicos fragmentados, apontado pelo trabalho, ressoa também a discussão das argumentações com problemas lógicos utilizadas pelos políticos populistas no Twitter, conforme o estudo de Macagno (2022). Apesar da preocupação, Ituassu e colaboradores (2019) notam que não se deve perder de vista as possibilidades de aperfeiçoamento democrático do ambiente digital, como as ligadas à transparência e à participação. O que é necessário, porém, é avaliar o que acontece caso a caso. Esse trabalho sugere, em certos aspectos, influência de Trump sobre Bolsonaro, no contexto eleitoral, tendo em vista o caráter posterior do pleito brasileiro e o fato de que um dos estrategistas da campanha estadunidense, Steve Bannon, tenha se encontrado com Eduardo Bolsonaro, filho do presidente. Nessa ocasião, eles discutiram a campanha do brasileiro (Cruz & Valente, 2018).

Essa influência é também uma das conclusões do trabalho de Iasulaitis e Vieira (2019) que analisaram as campanhas no EUA e no Brasil, a partir dos tweets dos candidatos. A abordagem metodológica do trabalho foi quanti-qualitativa, com uso da técnica de análise de conteúdo para classificar as mensagens em categorias que posteriormente foram analisadas de forma qualitativa, buscando inferir as estratégias adotadas nas campanhas de Trump e Bolsonaro. O embasamento teórico está relacionado às teorias de campanhas políticas, como a da *americanização* ou *modernização*, que o trabalho anterior desse grupo também utiliza. Para a análise dos posicionamentos políticos dos candidatos, o trabalho adapta o referencial teórico-metodológico proposto pelo Manifesto Research Group (MRG), vinculado ao European

[100] No original: "las campañas descubran y dirijan a la opinión pública, a la vez que crean minorías en lugar de seguir mayorías), administrando el desarrollo contemporáneo de la ciudadanía".

Consortium for Political Research (ECPR). Desse modo, são escolhidas sete dimensões para a análise comparativa das mensagens dos candidatos: relações exteriores, liberdade e democracia, sistema político, economia, bem-estar e qualidade de vida, estrutura da sociedade e grupos sociais.

Os resultados mostram que os candidatos privilegiaram a utilização de estratégias de campanha negativa tanto na forma de ataque quanto na de contra-ataque, com um posicionamento no espectro ideológico da *extrema direita*. Embora o cerne do trabalho não seja a questão do populismo, os resultados para as diferentes dimensões analisadas mostram como o populismo de direita marca esses candidatos. Assim, a já indicada característica de confronto predomina, com ataques principalmente à imprensa e adversários políticos, mas também a defesa da pose de armas pela população, combate à esquerda, hostilidade ao multilateralismo e a outros países, defesa do nacionalismo e duras críticas ao sistema político de seus países. Concluindo, a respeito de prováveis influências de Trump em Bolsonaro, Iasulaitis e Vieira (2019) notam que:

> No que tange ao plano temático … as estratégias de Trump no pleito imediatamente anterior *serviram como vitrine e efeito demonstração* [ênfase adicionada] para a campanha de Bolsonaro, tanto do ponto de vista da agenda adotada quanto ao estilo e estratégias de uso do Twitter para o candidato, recheado por técnicas de humor político, sarcasmo, ironia, escárnio, adjetivação negativa e apelidação dos adversários para realizar campanha negativa. (p. 25)

O livro de Moura e Corbellini (2019) tem o objetivo geral de propor hipóteses para a vitória de Bolsonaro, mobilizando, para tanto, diferentes tipos de dados – entrevistas, pesquisas de opinião, dados eleitorais, entre outros. No entanto, observando a similaridade entre o brasileiro e Trump, esses pesquisadores e analistas de marketing políticos dedicam um capítulo às semelhanças entre os dois, muitas delas ligadas ao âmbito da comunicação. Assim, discutindo principalmente o contexto das campanhas, destacam que ambos os candidatos construíram imagens capazes de representar os *indignados*, eleitores que não se sentiam representados pelos políticos tradicionais. As constantes declarações controversas de Trump e Bolsonaro nem sempre era levado a sério por próprios apoiadores, mas eram vistas como um atributo da *autenticidade* deles – o que costuma ser uma marca dos populistas, como se destacará adiante –, ao mesmo tempo que ajudavam a capturar a atenção da grande mídia, o que lhes dava exposição gratuita. Levantamento de Beckwith e Sorcher (2016) mostra que, durante a campanha, Trump foi citado no título de 15 mil artigos jornalísticos, o dobro de sua oponente, Hillary Clinton.

Também fundamental em ambos os casos foi o manejo da mídia social, com Trump se destacando pela utilização do Twitter, e Bolsonaro por uma miríade de plataformas – como Facebook, particularmente, e Twitter – e aplicativos, como o WhatsApp. O brasileiro alinhou sua comunicação, de maneira geral, à linguagem das redes sociais, na qual predomina o folclórico, o lúdico e juvenil: *a forma do meme*, de acordo com os autores. Curiosamente, ao discorrerem sobre o trabalho voluntário e entusiasmado de apoiadores de Bolsonaro, usando muitas vezes as ferramentas digitais disponíveis – mas com apoio de conteúdos produzidos estratégica e profissionalmente pelo núcleo da campanha –, Moura e Corbellini (2019) evocam a *cultura da convergência*. Como já se observou, Jenkins (2008) tendia a imaginar outro tipo de contexto para a *cultura participativa* ou para a noção conexa de *inteligência coletiva*. A vitória de Bolsonaro poderia ser explicada "pela articulação de uma grande mudança tecnológica nas plataformas de comunicação política … e uma conjuntura política muito específica … [com] perda da legitimidade da política" (capítulo 7, para. 6).

6.4 Dimensão da pandemia

Os trabalhos do último subgrupo sobre esses políticos fazem a comparação de um aspecto ligado à gestão de seus mandatos: a pandemia. Como já foi notado, aqui, estamos interessados apenas nos estudos que se voltam mais à dimensão comunicativa das temáticas. É o caso dos trabalhos de Béland et al. (2021), Carvalho et al. (2021), Costa e Bernardi (2021), e Kakisina (2022). É notável a coincidência da conclusão geral dos estudos: ambos os presidentes, diante do desafio da pandemia, enfatizaram, em suas ações práticas e comunicativas, mais a ameaça econômica representada pela resposta à Covid-19 do que o problema de saúde pública. Por isso, acabaram deixando de aproveitar boas condições de infraestrutura e know-how na gestão da saúde que os dois países tinham.

Nessa perspectiva, com base na discussão de enquadramentos utilizados por esses líderes e nos sistemas políticos e partidários dos EUA e do Brasil, Béland et al. (2021) realizam uma análise qualitativa do discurso político veiculado por diferentes formas (mídia social, discursos oficiais, entrevistas para a imprensa), especialmente entre os meses de março e junho de 2020 (o início da crise sanitária). A análise mostra como esses líderes adotaram "estratégias políticas que se concentravam naquilo que consideravam ser sua vantagem pessoal em vez de

promover a boa governança, [o que] minou a capacidade institucional e transformou os potenciais pontos fortes do federalismo em fraquezas"[101] (p. 433).

O resultado do estudo de Costa e Bernardi (2021) é convergente com o anterior, com a diferença que a abordagem teórica sobre o populismo é adotada nesse trabalho. Nele, além de descrever acontecimentos e reações dos governos Trump e Bolsonaro, durante a pandemia, é feita uma análise de tweets dos presidentes, desde o primeiro caso da doença em cada país até a marca de cem mil mortes em cada um. Observa-se uma retórica populista, visualizada em ataques a adversários, defesa de tratamentos ineficazes e tentativa de transferir responsabilidades para outras pessoas ou instituições. Entretanto, as autoras notam que seria impróprio falar numa *resposta populista à crise da coronavírus*, já que, como observado por Mudde (2020), os governos populistas no mundo apresentaram respostas diferentes à pandemia. Até por isso, o autor em questão argumenta que o coronavírus não irá *matar* o populismo contemporâneo.

A questão da desinformação, no contexto pandêmico, é abordada por Carvalho et al. (2021) que, a partir da semelhança mais geral entre os políticos, exploram a hipótese de que o comportamento dos governos Trump e Bolsonaro teria similaridade quanto a esse ponto e, além disso, envolveria o uso de desinformação. A discussão sobre esse tema recente do debate acadêmico é o contexto teórico do estudo, que tem como material empírico de análise de conteúdo os pronunciamentos oficiais dos respectivos governos – disponíveis em website – e as publicações desses políticos em seus perfis no Facebook, no período compreendido entre a primeira notificação de caso da doença em cada país e 30 de abril de 2020.

Como apontam os autores, no regime de informação do ambiente comunicacional da internet, "o limite entre o verdadeiro e o falso passa a ser maliciosamente tênue, pois as tradicionais instituições e seus protocolos de construção de 'verdades' – ciência, jornalismo, universidade, judiciário etc. – são constantemente colocadas em xeque" (p. 22). A conclusão do trabalho comparativo entre os presidentes é de que houve forte convergência no uso de estratégias de desinformação e engodo, que estão relacionadas tanto aos conteúdos utilizados quanto às formas de enunciação escolhidas. Os autores elencam onze similitudes entre os dois presidentes em relação ao comportamento na pandemia, entre outras, a negação da gravidade

[101] No original: "political strategies that focused on what they perceived to be their personal advantage rather than promoting good governance, undermined institutional capacity and turned the potential strengths of federalism into weaknesses".

do problema, o posicionamento anticiência, o apelo religioso, os ataques a governadores dos estados e a divulgação de informações incorretas.

Numa direção similar à do estudo anterior, Kakisina et al. (2022) analisam, ancoradas no referencial da Análise Crítica do Discurso, um pronunciamento de cada um dos presidentes, ambos feitos em 2020, o de Trump em 11 de março e o de Bolsonaro, transmitido em cadeia nacional de televisão, em 24 de março. Em termos conceituais, as noções de manipulação – e a relação que ela possui com a ideologia – e as estratégias dessa ação são debatidas. A conclusão é que ambos os políticos utilizam várias estratégias de manipulação, o que é feito por meio da polarização ideológica (a categoria mais frequente), desacreditando os outros, dando características emotivas ao argumento, enfatizando o poder, superioridade moral e a credibilidade do orador, e com acréscimo de provas aparentemente irrefutáveis das crenças e razões do orador. Embora não procurem discutir o populismo desses presidentes, a questão da polarização, examinada na análise, indica uma estratégia retórica comum, entre os populistas, de desenvolvimento da dicotomia Nós/Eles, no caso, como estratégia de manipulação por meio da polarização social.

A síntese analítica dessa produção, assim como a dos outros capítulos, será apresentada no capítulo seguinte, o último da dissertação.

7. SÍNTESE ANALÍTICA E CONSIDERAÇÕES FINAIS

7.1 Trajetória, contexto social e comunicação política

A descrições das trajetórias biográficas e contextos de Trump e Bolsonaro apontam, ao lado de várias semelhanças, ligadas principalmente ao modo como se relacionam com a mídia, algumas diferenças importantes. Vale a pena que nos concentremos nessas diferenças, tendo em vista que parte significativa da literatura aborda as similaridades entre eles, apontadas também em muitos momentos no texto. Assim, em primeiro lugar, as diferenças relacionadas às biografias envolvem:

- Os meios sociais de que provêm são muito diferentes, em termos de recursos financeiros, formação educacional, experiências profissionais e de existência geral. Filho da elite econômica e com estilo de vida de *celebridade*, a autorrepresentação de Trump como *homem do povo*, por isso, difere da de Bolsonaro, e isso ajuda a entender certas divergências discursivas, como a apontada pelo trabalho de Baronas e Ponsoni (2018). O brasileiro possui raízes, gostos, experiências de vida e costumes, efetivamente, mais próximos do indivíduo médio de seu país. A *vulgaridade comunicativa* em Bolsonaro parece ser mais natural, espontânea e é mais *popular* do que no caso do estadunidense.
- As diferenças formativas e de caráter se refletem não apenas no uso da linguagem verbal ou escrita, mas também na gestualidade e autorrepresentação visual. A figura de Trump é mais formal e bem composta do que a de Bolsonaro.
- Embora Trump tenha tido experiência formativa parcial em instituição militar, o ethos desse tipo de educação é muito mais pronunciado em Bolsonaro – com o acréscimo de que, no momento de sua formação, havia forte glorificação do combate ao esquerdismo nas Forças Armadas do Brasil. Ambos, porém, parecem ter tido, desde cedo, certo gosto pela rebeldia e quebra de padrões – Trump, conforme o que pensava sua família, e Bolsonaro, numa quebra de hierarquia constante em seus anos como militar – que se reflete no estilo político posterior.
- A relação com a religiosidade e com o eleitorado religioso evangélico, devido a traços de personalidade e da biografia de ambos, parece mais sincera em Bolsonaro – casado com uma evangélica praticante – do que em Trump. Não que no caso do brasileiro inexista componente político estratégico também, mas é comum que ele fale sobre o

papel que Deus teve em conduzi-lo ao cargo de presidente, bem como capacitá-lo a exercê-lo, depois de uma trajetória de vida relativamente obscura. Já o estadunidense prefere se mostrar como um empreendedor de si – ainda que ele seja herdeiro –, um excepcional homem de negócios, a quem o sucesso chega pelos próprios méritos. Os êxitos dele não se relacionam a uma autoproclamada religiosidade. Trump tinha posições liberais sobre as drogas ilícitas e a homossexualidade, temas caros aos evangélicos. Provavelmente mudou de ideia apenas por conveniência. É possível que a história, narrada pela ex-funcionária que saiu brigada de seu governo, de que ele pensou em trocar a Bíblia pelo próprio livro de autoajuda em negócios, na feitura do juramente de posse presidencial, seja uma ficção. Mas ela é *veraz*, possível de ser imaginada. É improvável pensar algo desse tipo a propósito de Bolsonaro.

- Anderson (2019) observou que Bolsonaro é capaz de humor autodepreciativo de um modo que parece impossível a Trump. Há um episódio curioso, nesse sentido. Logo após vencer a eleição, Bolsonaro foi a um culto evangélico no qual o pastor Silas Malafaia fez um sermão, com o presidente eleito a seu lado, e disse:

  > Deus escolheu as coisas loucas, para confundir as sábias... Deus escolheu as coisas fracas, para confundir as fortes... Agora a coisa vai ser mais profunda:... Deus escolheu as coisas vis – de pouco valor... [Bolsonaro disfarça um sorriso] As desprezíveis – que podem ser descartadas... As que não são – que ninguém dá importância –, para confundir as que são... Para que nenhuma carne se glorie diante dele! [aponta para Bolsonaro] É por isso que Deus te escolheu. (Diário do Centro do Mundo, 2018)

  O trecho do vídeo contendo essa descrição foi bastante divulgado nas redes sociais, principalmente por críticos de Bolsonaro, pois podia soar cômico, devido ao histrionismo de Malafaia. Entretanto, o pastor citava a Bíblia (Coríntios 1:27-29) e, de um ponto de vista religioso, saudava Bolsonaro. Ao quase rir disso, Bolsonaro demonstra sua provável baixa cultura religiosa, mas também a característica mencionada, de humor autodepreciativo, o que não combina com Trump.

- O senso de ridículo de ambos também é diferente: é difícil imaginar Trump mostrando uma caixa de cloroquina para uma ema, como Bolsonaro fez quando o Brasil chegava a 84 mil mortos pela Covid-19 (Oliveira, 2020, Worldometer, 2022b). Atualmente, em agosto de 2022, são mais de 680 mil mortos em função da pandemia. É possível contra-argumentar, lembrando do apelido de *palhaço*, bem como o fato de que Trump sugeriu que os doentes de Covid pudessem tomar desinfetante para eliminar o coronavírus (Dale

et al., 2020), no entanto, depois da péssima recepção da sua fala, reagiu dizendo que fora "sarcástico" ("Trump Diz", 2020). Como se comentou, o padrão de alegar má compreensão de uma piada é visto aqui, também. No caso, para evitar o ridículo que Bolsonaro, aparentemente, teme menos.

- A biografia de Bolsonaro não é marcada por conquistas excepcionais, episódios grandiosos – daí, talvez, a tendência dele à fabulação e ao exagero (como no episódio Lamarca). Já a vida de Trump foi marcada pelos excessos mundanos que caracterizam as celebridades midiáticas. Mas, paradoxalmente, suas histórias pessoais têm a semelhança de que, por motivos diferentes derivados do que se disse, ambos têm uma tendência à mentira, à megalomania e à mitificação sobre suas vidas.
- Uma diferenciação parcial é que a contínua inserção de parentes no mundo político, por parte de Bolsonaro, se deu no âmbito legislativo e teve, aparentemente, razões, a um só tempo, políticas – contrabalançando seu isolamento no Congresso – e econômicas, pois os filhos, o pai e em algumas circunstâncias a esposa podiam se apoiar mutuamente. Já Trump inseriu seus filhos e parentes de segundo grau em cargos ou missões no Executivo, mas sem preocupação econômica, sendo mais importante a lealdade política desse tipo de nomeação.
- Outra diferenciação existente, com nuances, é que Bolsonaro não consegue se inserir organicamente ou criar um partido, enquanto Trump tomou de assalto o tradicional GOP e conseguiu desenvolver uma corrente política dentro dele, que hoje tem grande peso no partido, além de apoio de determinados grupos sociais. Nesse sentido, talvez uma ideia de *trumpismo* como ideologia – mesmo sem Trump – seja mais viável do que um *bolsonarismo* sem Bolsonaro.

Agora, sobre o contexto social de ambos, as diferenciações incluem:

- Não é realista dizer que a crise brasileira, no momento da eleição de Bolsonaro, se comparava com a situação dos EUA, quando Trump emergiu. A situação econômica do país, na verdade, era ascendente. No entanto, ambos os políticos, como candidatos, apostaram numa retórica populista de crise, medo e de salvação, sendo eles próprios, claro, os indivíduos que poderiam eliminar a insegurança, redimir seus países. Para a construção da crise são mobilizados ressentimentos sociais de grupos variados, intensificando a raiva dos indivíduos pertencentes a eles, principalmente com o recorte

nativista e de raça, nos EUA, país em que a questão da imigração tem relevância significativa, ao contrário do Brasil. O nativismo bolsonarista produz, por sua vez, uma série de inimigos ao cidadão de bem, como vimos.

- É possível afirmar que o uso da mídia – com o uso de estratégias de personalização de mensagens, divulgação de desinformação e manipulações – foi *mais* importante para a vitória eleitoral de Trump do que no caso de Bolsonaro. Isso se deve ao fato de que o ex-presidente dos EUA foi eleito com uma pequena diferença de votos para a sua adversária – na verdade, no voto popular, ele perdeu –, diferentemente do brasileiro, assim, os efeitos positivos das ações mencionadas, ainda que pequenos, podem ter sido decisivos. Bolsonaro, por outro lado, foi favorecido por sua plataforma coincidir com preocupações do eleitorado, por isso obteve uma dianteira, principalmente no primeiro turno, maior para os seus adversários.

7.2 O populismo de extrema direita na comunicação de Trump e Bolsonaro

A revisão bibliográfica dos estudos individuais sobre a comunicação política de Trump e Bolsonaro trouxe uma perspectiva de aproximação estratégica entre os dois políticos que pôde ser confirmada no capítulo seguinte, sobre os estudos comparados que a literatura faz de ambos. Também foi possível observar as características elencadas por Wodak (2015/2020), de modo a defini-los como *populistas de extrema direita*. Contudo, vale demarcar aqui, bem resumidamente, a síntese analítica dos dois políticos à luz de cada ponto característico elaborado pela autora:

1. **Autorrepresentação como representante *do povo* e revisionismo histórico.** Trump e Bolsonaro utilizam a estratégia retórica do *bode expiatório* para antagonizar e culpabilizar determinados grupos. Young (2018) pontua que essa tática não é restrita a pessoas, mas a bens imateriais de uma democracia, como organizações sociais, imprensa livre e o próprio sistema eleitoral. Da mesma forma, os dois políticos vão tentar reescrever fatos históricos para amparar a visão de que são *injustiçados*. Em Bolsonaro, ainda há o apreço e a tentativa de apagar o Estado totalitário que se instaurou no Brasil durante a ditadura civil-militar do Brasil.
2. **Imaginário político próprio.** O populismo de extrema direita necessita de uma constante percepção de crise na sociedade para que o *medo* possa sustentar suas estratégias retóricas. Trump e Bolsonaro fazem uso da sensação de insegurança social

para manter a ideia de que há alguém (ou algo) a ser derrotado, e que eles são as pessoas certas para isso.

3. **Construção de novas divisões sociais.** O nacionalismo, a xenofobia, o racismo e a misoginia são exemplos de divisões sociais utilizadas por Trump e Bolsonaro para reiterar a posição do *Outro* em suas estratégias de comunicação. Tanto nas declarações que eles dão para a imprensa, quando na sua comunicação digital, ambos os políticos reiteram antagonismos.
4. **Utilização de performances estratégicas nos meios tradicionais e amplo uso de mídia social própria.** Trump se autopromoveu como uma marca, seja pela mídia democrática ou por meio do uso do Twitter (Sclafani, 2017). Bolsonaro utiliza a cobertura midiática, ainda que negativa, como combustível para inflamar sua base e reforçar a narrativa de que é injustiçado, da mesma forma que Trump o fez, e faz uso do Twitter e de aplicativos criados especificamente para dialogar com os seus seguidores. Ambos navegam com desenvoltura no ambiente híbrido de mídia (Chadwick, 2013), desenvolvendo práticas nas quais procuram *reforçar mensagens* antes (ou concomitantemente) transmitidas a um público presencial ou na mídia tradicional – é significativo que, nos primeiros tweets de Bolsonaro, já em 2010, ele publique tweets sobre um debate a respeito da ditatura de 1964 do qual participa –, *corrigir, criticar ou ironizar* a grande imprensa ou outros usuários da própria mídia social, bem como *divulgar pontos de suas agendas, mobilizando suas bases*, a partir, por vezes, de fontes de imprensa sem credibilidade. Os apelos de Trump sobre a suposta fraude na eleição dos EUA ilustram o último ponto.
5. **Alteração na autorrepresentação, assumindo postura mais próxima dos políticos profissionais e performance de palco.** Aqui, existe a dubiedade típica de cada um. Ambos vão oscilar, ainda que minimamente, para aparentar um tom mais sério ou pacificador em determinada circunstância. Por outro lado, a performance de palco é mais visível em Trump, dada a sua carreira no showbusiness, do que em Bolsonaro. Porém, ambos vão se valer da contradição entre *homem poderoso versus homem do povo* conforme for mais viável em cada momento. Vale notar que Trump foi, além de personagem, um produtor ou agente de mídia também no âmbito de meios de comunicação tradicionais, como o livro e a TV. Bolsonaro foi principalmente um personagem dela, o que explica seu traquejo midiático. Como autor, máximo que Bolsonaro conseguiu, além do artigo de *Veja* que lhe deu fama, foi publicar cartas em

jornais, de modo que se tornou efetivamente produtor apenas de mídia digital – ao que tudo indica, com a decisiva colaboração dos filhos. A produção de mídia de Bolsonaro, por outro lado, talvez tenha sido influenciada pelo tipo de programa de TV frequentado por ele, geralmente de teor popularesco, no qual a linguagem simples possui semelhança com a de sua comunicação digital.

6. **Foco no carisma do líder e estrutura hierárquica de poder partidário.** Esse ponto parece ser mais perceptível em Trump, com a performance de palhaço a partir de piadas e um tom jocoso, incluindo apelidos, ao se referir a oponentes políticos. Bolsonaro, a princípio, aparenta ser mais grosseiro, contudo, consegue se aproximar de sua base por meio da retórica de autenticidade. A estrutura hierárquica de partido, porém, só é válida no contexto estadunidense, pois – na verdade – Bolsonaro, como discutido, nunca foi uma personalidade relevante nos partidos em que esteve, antes de assumir a presidência. Porém, agora, se coloca como líder de um movimento de direitas no qual se posiciona como líder inconteste.
7. **Anti-intelectualismo e *arrogância da ignorância.*** Bolsonaro e Trump utilizam essa retórica para desmerecer e atacar intelectuais que considerem de esquerda, projetos de educação que não se respaldam no conservadorismo e, principalmente, a imprensa. Dessa forma, se validam como referência do que é informação *de verdade*. A atuação de ambos no contexto da pandemia é significativa da atitude anticientífica assumida por ambos, com ampla divulgação de conteúdo com desinformação e *fake news*, de modo a apoiar seus posicionamentos.
8. **Ênfase em *valores familiares.*** Esse foi um aspecto da autora que atualizamos para o contexto latino-americano. Os políticos utilizam a retórica dos valores da família (branca, heterossexual e conservadora) à exaustão para justificar e propor suas políticas voltadas *ao povo*.
9. **Conquista do poder não modera a retórica e o estilo dos políticos.** Essa dimensão já havia sido destacada e é evidente nos dois casos.

Por fim, fica perceptível, diante da literatura analisada, que há menos conceitos e novidades teóricas apresentados a partir do entendimento sobre a comunicação autoritária bolsonarista do que sobre a de Trump. Alguns autores, sobre Bolsonaro, inclusive citam o ex-presidente dos Estados Unidos como referência para as estratégias do brasileiro (Bugalho, 2020; Mello, 2020; Nobre, 2020; Rocha, 2021) – o que não acontece na literatura estudada sobre Trump. Esse é um

fator que pode ser lido como uma especificidade do corpus escolhido; como um indicativo de que Trump *veio antes* e, por isso, influenciaria Bolsonaro; ou, ainda, como uma interpretação de que Bolsonaro se inspiraria em Trump para realizar sua forma de populismo autoritário, sem criar algo necessariamente novo, mas tão somente remodelado ao contexto brasileiro. No entanto, fomos capazes de mostrar algumas especificidades relevantes do caso brasileiro.

7.3 Considerações finais

Os trabalhos comparados sobre Trump e Bolsonaro vistos aqui, a despeito de suas diferentes bases teóricas e metodológicas, deixam clara a forte similaridade, em conteúdo e forma, entre os dois, bem como a importância da mídia digital nas estratégias comunicacionais usadas por eles. A evidência coletiva representada por esses estudos indica que há, praticamente, consenso na classificação de ambos como populistas de direita – para alguns autores; de *extrema direita* –, com a opção de alguns (poucos) trabalhos categorizá-los como *fascistas*.

Sobre a denominação de *populismo de extrema direita*, conseguimos, avaliamos, comprovar a partir da revisão analisada sob o olhar do referencial teórico de Wodak (2015/2020), que tanto Trump como Bolsonaro se encaixam, de fato, em praticamente todas as características que a autora define como *populismo autoritário*.

Contudo, apesar de alguns teóricos resistirem em conceituar determinados governos como *populistas de extrema direita* como *fascistas,* a observação de tentativas de *golpe de Estado* – como a de Trump, em 6 de janeiro de 2020, e as ameaças constantes de Bolsonaro às instituições democráticas –, unidas às diversas reivindicações de *violência física* e *aniquilação de opositores*, principalmente em Bolsonaro, levam a crer que os dois governos têm inclinações fascistas em suas práticas, e também na comunicação.

Morini (2020) define uma das estratégias de comunicação de Trump como "O Retórico Fascista, o Populista Incendiário"[102], tendo como resultado da análise qualitativa feita sobre a comunicação do ex-presidente, similaridades e pontos de contato diretos com a retórica nazista. Para Bolsonaro é complicado se aproximar demasiadamente de ideais nazistas – em virtude, entre outros aspectos, de boa parte da comunidade judaica brasileira apoiá-lo –, no entanto, um de seus Secretários da Cultura, Roberto Alvim, publicou, em 2020, um vídeo que fazia referência, em sua forma e conteúdo, ao nazismo, incluindo uma paráfrase a Goebbels. Alvim

[102] No original: "The Fascist Rhetor, the Incendiary Populist"

foi demitido depois da péssima repercussão do vídeo, porém, Bugalho (2020) afirma que "estamos desprezando os padrões" (cap. 16, para. 10).

Certas diferenças discursivas e de temáticas percebidas pelos estudos podem ser, geralmente, associadas a aspectos do contexto social de cada um dos países, de modo que, por exemplo, o *outro* da retórica trumpista está mais ligado a uma questão da realidade estadunidense – a imigração –, que tem menos aderência ao âmbito brasileiro. Por isso, ainda que Bolsonaro também toque no assunto, ele tem menos expressão em seu discurso do que teve no do ex-presidente dos Estados Unidos. Contudo, isso não exclui a retórica antagonista sobre o *inimigo* em Bolsonaro, ela apenas está colocada em grupos sociais diferentes, como mostra a literatura.

Os meios digitais, particularmente aqueles voltados à divulgação própria de candidatos e políticos, promovem uma forma diferente de comunicação, comparados à mídia tradicional. Como discute Da Empoli (2019), na política guiada pelos algoritmos digitais, a construção de maiorias não se dá pela união das pessoas em torno de um denominador ou mensagem comum, mas inflando as paixões do maior número possível de pequenos grupos, antes de que se produza a forma de um todo a partir da soma dessas partes.

Em outros termos, é isso que Ituassu et al. (2019) discutem nas campanhas eleitorais de Bolsonaro e Trump, tendo em vista a possibilidade de, no meio digital, determinado político fragmentar os públicos aos quais dirige a sua mensagem. No caso de Bolsonaro, Moura e Corbellini (2019) observam que ele se dirigiu a variados grupos que se fundiam no cimento social representado pelo imaginário da antipolítica, isso seria feito, em sua eleição presidencial, particularmente na comunicação realizada nos grupos de WhatsApp então criados – temática explorada por Mello (2020), que ela nomeia a disputa de 2018 como "a eleição do WhatsApp no Brasil".

Bolsonaro e Trump captaram a importância de utilizar a bolha digital para difundir suas ideias, mas aqui é interessante perceber que, enquanto o ex-presidente dos Estados Unidos mantinha um grupo de analistas de marketing digital, com os quais dividia a autoria dos tweets publicados (Ouyang & Waterman, 2020) – principalmente na época de campanha – , Bolsonaro tem como chefe de sua equipe digital, seu segundo filho Carlos Bolsonaro e uma equipe que ficou conhecida como "gabinete do ódio" (Nobre, 2020) por mobilizar a base digital bolsonarista. A presença de seus filhos na estratégia – e no reforço – de sua comunicação é uma característica muito marcante do presidente brasileiro.

Outro ponto interessante é que, enquanto Bolsonaro faz uso de um discurso

explicitamente vulgarizado (Feres & Gagliardi, 2021), Trump – que também é entendido como vulgar por suas inúmeras declarações despudoradas (Skinnel, 2018) – acaba sendo compreendido como *polido* em comparação ao brasileiro.

Alguns trabalhos sugerem diferenças entre esses líderes que merecem aprofundamento, como a avaliação, de Baronas e Ponsoni (2018), sobre o posicionamento enunciativo diversos deles. Nesse caso, isso ocorre pela limitação do corpus, no estudo dos autores. Em outros trabalhos, são apontadas, em movimentos autorreflexivos dos pesquisadores, limitações dos trabalhos, devido a questões amostrais e de temporalidade da análise, bem como indicações para investigações que avancem a pesquisa do tema, com sugestões para estudos em outros períodos e plataformas/estratégias de comunicação – o que essa dissertação endossa.

A partir da literatura estudada, conseguimos compreender detalhes importantes sobre a trajetória, o contexto sociopolítico e as estratégias comunicativas de Donald Trump e Jair Bolsonaro, bem como compará-las de forma relacional. No que diz respeito à questão problema da dissertação e seus objetivos específicos, acreditamos ter conseguido responder aos questionamentos previamente elaborados. No entanto, após esse estudo bibliográfico, indicamos que ainda há muito a ser explorado sobre a relação entre duas figuras políticas tão distintas e complexas. Particularmente, uma dimensão de avanço compreensivo que nossa investigação sugere é o esforço comparativo voltado à análise de algum corpus de produtos de comunicação digital de ambos. A literatura discutida, como vimos, possui vários trabalhos desse tipo – por exemplo, Almeida (2020) –, no entanto se concentra em momentos específicos, como as campanhas. Análise mais gerais ou com outros recortes, mais atualizados, podem revelar outros pontos de semelhança e dissimilaridade entre os políticos em questão. Um estudo empírico dos tweets de Trump e Bolsonaro que tomasse como espaço temporal a parte final de cada governo seria interessante para verificar a retórica de campanha permanente em ambos. Também acreditamos ser interessante um estudo que pudesse comparar a influência de determinadas pautas de um sobre o outro, mais particularmente de Trump sobre Bolsonaro – com rigor suficiente para perceber quem foi primeiro a abordar e enfatizar determinada pauta na esfera pública, e quando; bem como se há influência estilística, na forma de comunicar o populismo, de Trump em relação a Bolsonaro.

REFERÊNCIAS

Abranches, S. (2019). Polarização radicalizada e ruptura eleitoral. In S. Abranches, R. de Almeida, A. Alonso, C. R. de Barros, M. de Bolle, P. Domingues, C. Dunker, B. Fausto, R. Fausto, J. A. Giannotti, A. de C. Gomes, R. Lemos, C. Melo, C. H. Mendes, P. Louzano, G. Moriconi, R. Quinalha, D. A. Reis, J. M. Salles, E. Solano, M. Spector, H. M. Starling … G. Venturi, *Democracia em risco? 22 ensaios sobre o Brasil hoje* (cap. 1). Companhia das Letras. https://amzn.to/3qs3fCV

Abreu, R. (2021, 3 de dezembro). 'Rachadinha': ex-funcionário de Carlos Bolsonaro na Câmara do Rio afirma ao MPRJ que nunca teve crachá nem sabe o nome dos colegas da época. *G1*. http://glo.bo/3KmP1wn

Aleem, Z. (2022, 6 de janeiro). January 6 Capitol riot a reminder that Trump used humor as a weapon. *MSNBC*. https://on.msnbc.com/3SSDCrY

Alessi, G., & Marreiro, F. (2018, 29 de setembro). "Não aceito resultado diferente da minha eleição", desafia Bolsonaro na TV aberta. *El País*. https://bit.ly/2O5QWvf

Alisco, A. (2020, 29 de setembro). 'Keep yapping man': Biden calls Trump a 'clown,' tells him to 'shut up' during debate dispute. *Newsweek*. https://bit.ly/3wcZjt4

Allen, I. J. Who owns Donald Trump's antisemitism? In R. Skinell (Ed.), *Faking the news: What rhetoric can teach us about Donald J. Trump* (Cap. 4). Societas. https://amzn.to/3RW7tP7

Allen, J., & Parnes, A. (2017). *Shattered: Inside Hillary Clinton's doomed campaign*. Crown. https://amzn.to/3L1LPqd

Almeida, H., Abelin, P., Baccarin, M., & Ferreira, M. A. S. (2020, 19-23 de outubro). *Twittocracia e o populismo de direita: uma análise comparativa entre o caso norte-americano e o brasileiro* [Artigo apresentado]. 12º Encontro da Associação Brasileira de Ciência Política, Evento on-line. https://bit.ly/39qeAyv

Alonso, A. (2019). A comunidade moral bolsonarista. In S. Abranches, R. de Almeida, A. Alonso, C. R. de Barros, M. de Bolle, P. Domingues, C. Dunker, B. Fausto, R. Fausto, J. A. Giannotti, A. de C. Gomes, R. Lemos, C. Melo, C. H. Mendes, P. Louzano, G. Moriconi, R. Quinalha, D. A. Reis, J. M. Salles, E. Solano, M. Spector, H. M. Starling … G. Venturi, *Democracia em risco? 22 ensaios sobre o Brasil hoje* (cap. 3). Companhia das Letras. https://amzn.to/3qs3fCV

Amado, G. (2022). *Sem máscara: O governo Bolsonaro e a aposta pelo caos*. Companhia das Letras.

Amnesty International. (2017). *Anistia Internacional Informe 2016/17: O estado dos direitos humanos no mundo.* Anistia Internacional Brasil. https://bit.ly/3zMhEQm

An examination of the 2016 electorate, based on validated voters. (2018, 9 de agosto). *Pew Research Center*. https://pewrsr.ch/3Af6ylk

Anderson, P. (2019). O Brasil de Bolsonaro. *Novos Estudos Cebrap*, *38*(1), 215-254. https://bit.ly/39xbusw

Antes de Trump, Bolsonaro já se referiu a imigrantes como "escória do mundo". (2018, 16 de janeiro). *GQ*. http://glo.bo/2M6TNP4

Após invasão, Congresso confirma vitória de Biden, e Trump promete 'transição ordeira'. (2021, 7 de janeiro). *Folha de S.Paulo*. https://bit.ly/3HBDQi4

Assista aos 2 vídeos com Bolsonaro imitando ter falta de ar. (2022, 23 de agosto). *Poder360*. https://bit.ly/3RMBIHW

Azevedo, G. (2018). O poder do mito: A trajetória de Jair Messias Bolsonaro, de militar rebelde a presidente do Brasil. UOL. https://bit.ly/2PoUVDk

Bachi, L. R. G. (2020). O processo de identificação da mulher com o discurso político de Jair Bolsonaro no Facebook. *Revista Interdisciplinar em Estudos de Linguagem*, *2*(2), 1-29. https://doi.org/10.29327/2.1373.2.2-9

Baptista, É. A., Hauber, G., & Orlandini, M. (2022). Despolitização e populismo: As estratégias discursivas de Trump e Bolsonaro. *Media & Jornalismo*, *22*(40), 105-119. https://doi.org/10.14195/2183-5462_40_5

Baronas, R. L., & Ponsoni, S. (2018). Bolsonaro e Trump: (Des)semelhanças enunciativas. *Guavira Letras*, *14*(28), 24-35. http://bit.ly/2tKaWdw

Barrocal, A. (2020, 1º de julho). Votos e bens de Bolsonaro e Flávio avançaram junto com milícias. *CartaCapital*. https://bit.ly/3QKeW3k

Beckwith, J., & Sorscher, N. (2016, 15 de agosto). Trump and the media: A text analysis. *The DataFace*. https://bit.ly/3NZH4gR

Béland, D., Rocco, P., Segatto, C. I., & Waddan, A. (2021). Trump, Bolsonaro, and the framing of the COVID-19 crisis: How political institutions shaped presidential strategies. *World Affairs*, *184*(4), 413-440. https://doi.org/10.1177/00438200211053314

Bilenky, T. (2017, 24 de abril). Presidenciável, Bolsonaro usa cota parlamentar em pré-campanha. *Folha de S.Paulo*. https://bit.ly/2u2cb4B

Blog Administrator. (2017, 29 de agosto). The state of Hungarian media: Endgame. *Blog LSE*. https://bit.ly/3exA3rv

Boito, A. (2020). Neofascismo e neoliberalismo no Brasil do governo Bolsonaro. *Observatorio Latinoamericano y Caribeño*, *4*(2), 8-30. https://bit.ly/3RysTlx

Bolsonaro é acusado de racismo por frase em palestra na Hebraica. (2017, 6 de abril). *Veja*. https://bit.ly/3cZdRGB

Bolsonaro lança aplicativo "Bolsonaro TV". (2022, 24 jan., 2022). *Poder360*. https://bit.ly/3L6i6fR

Bolsonaro tirou sua ex-mulher da política (2018, 15 de abril). *O Sul*. https://bit.ly/3R0w050

Bolsonaro, J. M. [@jairbolsonaro]. (2022, 7 de setembro). *Hoje, mais do que nunca, pudemos assistir e sentir o despertar do patriotismo e do profundo amor pelo Brasil. As ruas foram tomadas pelas cores de nossa linda bandeira e nosso glorioso hino nacional foi cantado por milhões de homens e mulheres, de todas idades, classes e cores* [Tweet]. Twitter. https://bit.ly/3L5HHpu

Bolsonaro: "Prefiro filho morto em acidente a um homossexual". (2011, 8 de junho). *Terra*. https://bit.ly/2lxT6mG

Brooks, B. (2018, 29 de outubro). A Trump-Bolsonaro bromance could be brewing after Brazilian's big win. *Reuters*. https://reut.rs/3CEPLLt

Bugalho, H. (2020). *Minha especialidade é matar: Como o bolsonarismo tomou conta do Brasil*. Kotter. https://amzn.to/3TQMb78

Bulgarelli, L. (2018). Moralidades, direitas e direitos LGBTI nos anos 2010. In E. S. Gallego (Org.). *O ódio como política: A reinvenção das direitas no Brasil* (cap. 13). Boitempo. https://amzn.to/3BvGZi6

Burke, K. (1950). *A rhetoric of motives*. University of California Press.

Carmo, M. (2022, 30 de maio). Eleições na Colômbia: Quem são ex-guerrilheiro e 'Trump colombiano' que disputam 2º turno. *BBC News*. https://bbc.in/3yvwoRs

Carneiro, J. D. (2018, 28 de outubro). Bolsonaro presidente: Infância em Eldorado, controvérsias no Exército e ascensão com antipetismo. *BBC News Brasil*. https://bbc.in/3QHbNS4

Cartaxo, M. (2016). Análise de conteúdo dos tweets da família Bolsonaro. *OSF*, https://osf.io/a9wqy/

Carter, G., & Downie, M. (Produtores executivos). (2013). *Stephen Fry: Out there* [Série de televisão]. Maverick Television; Sprout Pictures.

Carvalho, L. M. (2019). *O cadete e o capitão: A vida de Jair Bolsonaro no quartel*. Todavia. https://amzn.to/3QBYkdb

Carvalho, P. R., de Sousa, P. C. C., & Schneider, M. A. F. (2021). Desinformação na pandemia de Covid-19: Similitudes informacionais entre Trump e Bolsonaro. *Em Questão*, *27*(3), 15–41. https://doi.org/10.19132/1808-5245273.15-41

Casado, J. (2021, 27 de novembro). Resiliência de Bolsonaro é exemplo da força da ultradireita sul-americana. *Veja*. https://bit.ly/3qtzbH3

Casagrande, C. (2022, 20 de junho). Pesquisa mostra o impacto dos juízes nomeados por Trump na Suprema Corte. *Jota*. https://bit.ly/3QD7cjV

Casara, R. R. R. (2020). *Bolsonaro: O mito e o sintoma*. Contracorrente.

Castells, M. (2009). *Communication power*. Oxford University Press.

Castells, M. (2018). *Ruptura: A crise da democracia liberal*. Zahar. https://amzn.to/2CI9lYu

Cesarino, L. (2019). Identidade e representação no bolsonarismo: Corpo digital do rei, bivalência conservadorismo-neoliberalismo e pessoa fractal. *Revista de Antropologia*, *62*(3), 530-557. https://doi.org/10.11606/2179-0892.ra.2019.165232

Cesarino, L. (2020). How social media affords populist politics: Remarks on liminality based on the Brazilian case. *Trabalhos em Linguística Aplicada*, *59*(1), 404-427. https://doi.org/10.1590/010318136861916202004 10

Chadwick, A. (2013). *The hybrid media system: Politics and power*. Oxford University Press.

Charney, N. (2016, 30 de outubro). The monsters we create: On Stephen King's "It," the creepy clown epidemic and Donald Trump. *Salon*. https://bit.ly/3CfBtAI

Coates, W. (2021, 1º de novembro). The language of authoritarian populism. *Los Angeles Review of Books*. https://bit.ly/3c9uVsg

Cohn, N. (2017, 31 de maio). A 2016 review: Why key state polls were wrong about Trump. *The New York Times*. https://nyti.ms/3pxM1Ul

Costa, A. L. V., & Bernardi, A. J. (2021). Respostas populistas à crise do coronavírus: Análise dos Twitters de Donald Trump e Jair Bolsonaro. *Political Observer – Revista Portuguesa de Ciência Política*, (14). https://doi.org/10.33167/2184-2078.RPCP2020.14/pp.81-103

Cruz, F. B., & Valente, M. G. (2018, 21 de outubro). É hora de se debruçar sobre a propaganda em rede de Bolsonaro. *El País*. https://bit.ly/2OyR1rB

Cyril-Lynch, C. E., & Paschoeto-Cassimiro, P. H. (2021). O populismo reacionário no poder: Uma radiografia ideológica da presidência Bolsonaro (2018-2021). *Aisthesis*, (70), 223-249. https://dx.doi.org/10.7764/aisth.70.10

D'Antonio, M. (2016). *The truth about Trump*. St. Martin's Press. https://amzn.to/3esvVJi

D'Araujo, M. C., & Castro, C. (1997). *Ernesto Geisel*. Ed. FGV.

Da Empoli, G. (2019). *Os engenheiros do caos: Como as fake news, as teorias da conspiração e os algoritmos estão sendo utilizados para disseminar ódio, medo e influenciar eleições*. Vestígio. https://amzn.to/3Bvx9wG

da Silva, M. G., & Rodrigues, T. C. M. (2021). O populismo de direita no Brasil: Neoliberalismo e autoritarismo no governo Bolsonaro. *Mediações*, *26*(1), 86-107. https://doi.org/10.5433/2176-6665.2021v26n1p86

Dal Paiva, J. (2022). *O negócio do Jair: A história proibida do clã Bolsonaro*. Zahar. https://amzn.to/3RDtG4y

Dale, D., McDermott, N., Cohen, M., Vazquez, M., Steck, E., & Fossum, S. (2020, 24 de abril). Trump sugere luz solar e injeção de desinfetante para tratar coronavírus. *CNN*.

https://bit.ly/3RfNXwE

Davis, S., & Straubhaar, J. (2020). Producing antipetismo: Media activism and the rise of the radical, nationalist right in contemporary Brazil. *International Communication Gazette*, *82*(1), 82-100. https://doi.org/10.1177/1748048519880731

de Albuquerque, A. (2021). The two sources of the illiberal turn in Brazil. *Brown Journal of World Affairs*, *27*(2), 127-144.

de Andrade, H. (2020, 6 de fevereiro). Bolsonaro volta a insultar ambientalistas: "Uísque, carpete e cigarrinho". *UOL*. https://bit.ly/3HZTsfk

Demata, M. (2020). Populism and nationalism in Jeremy Corbyn's discourse. In M. Kranert (Ed.), *Discursive approaches to populism across disciplines: The return of populists and the people* (pp. 253-283). Palgrave Macmillan.

Demori, L. (2021, 28 de julho). Pesquisadora encontra carta de Bolsonaro publicada em sites neonazistas em 2004. *The Intercept Brasil*. https://bit.ly/3PFOXZL

Desemprego nos EUA cai a 4,1% em outubro, menor taxa em 17 anos. (2017, 3 de novembro). *G1*. http://glo.bo/3c7qDCr

Diário do Centro do Mundo. (2018, 3 de novembro). *Malafaia para Bolsonaro: "Deus escolheu as coisas vis e desprezíveis e por isso te escolheu"* [Vídeo]. YouTube. https://bit.ly/3AR5qGh

Dieguez, C. (2016). Direita, volver. *Piauí*, (120). https://bit.ly/3xWMOTE

Dieguez, C. (2019). Juventude bolsonarista: A extrema direita sai do armário no Brasil. *Piauí*, (148). https://bit.ly/3inASSc

DuVernay, A., Skoll, J., King, J., Rosenthal, J., De Niro, R., Welsh, B., Winfrey, O. (Produtores Executivos). (2019). *Olhos que condenam* [When they see us] [Série de TV]. Harpo Films; Tribeca Productions; ARRAY; Participant Media.

Eatwell, R. (2017). Populism and fascism. In C. R. Kaltwasser, P. Taggart, P. Ochoa Espejo & P. Ostiguy (Eds.), *The Oxford handbook of populism* (pp. 363-383). Oxford University Press.

Engesser, S., Ernst, N., Büchel, F., Wettstein, M., Wirz, D. S., Schulz, A., Müller, P., Schemer, C., Wirth, W., & Esser, F. (2020). Populist communication in the news media: The role of cultural and journalistic factors in ten democracies. In B. Krämer & C. Holtz-Bacha (Eds.), *Perspectives on populism and media: Avenues for research* (pp. 57-81). Nomos.

Engesser, S., Fawzi, N., & Larsson, A. (2017). Populist online communication: Introduction to the special issue. *Information, Communication & Society*, *20*(9), 1279-1292. https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1328525

Felinto, E., & Grusin, R. (2021). Gore mediation and the bromance of Jair Bolsonaro and Donald Trump. *Revue Intermédialités*, (37-38), 1-31. https://doi.org/10.7202/1086245ar

Feres, J., Jr., & Gagliardi, J. (2019). O antipetismo da imprensa e a gênese da nova direita. In E. S. Gallego (Org.), *Brasil em colapso* (pp. 25-43). Ed. Unifesp. https://bit.ly/3elT6VI

Feres, J., Jr., & Gagliardi, J. (2021). Populism and the media in Brazil: The case of Jair Bolsonaro. In C. Kohl, B. Christophe, H. Liebau, & A. Saupe (Eds.), *The politics of authenticity and populist discourses: Media and education in Brazil, India and Ukraine* (pp. 83-104). Palgrave MacMillan.

Finchelstein, F. (2020). Para una história global del populismo: Rupturas y continuidades. *Conhecer: Debate entre o Público e o Privado*, *10*(24), 12-23. https://doi.org/10.32335/2238-0426.2020.10.24.2759

Finchelstein, F. (2021, 5 de fevereiro). Jair Bolsonaro na contramão do mundo. *Quatro cinco um*. https://bit.ly/3zGKf9w

Fonseca, A. C. (2017, 20 de janeiro). Comparação: Veja imagens da posse de Obama em 2009 e de Trump. *Correio Braziliense*. https://bit.ly/3AbzU4d

Fonseca, F. (2003). O conservadorismo patronal da grande imprensa brasileira. *Opinião Pública*, *9*(2), 73-92. https://doi.org/10.1590/S0104-62762003000200004

Fraser, N. (2019). *¡Contrahegemonía ya! Por un populismo progresista que enfrente al neoliberalismo*. Siglo Veintiuno.

Freitas, A., Nalon, T., Moura, B., dos Santos, L. F. (Eds.). (2022, 8 de setembro). Em 1.346 dias como presidente, Bolsonaro deu 6.195 declarações falsas ou distorcidas. *Aos Fatos*. https://bit.ly/3QCHcUR

Freitas, F., & Negreiros, D. (2021). Trump e Bolsonaro: Desinformação e racismo na pandemia de COVID-19. *RTPS - Revista Trabalho, Política e Sociedade*, *6*(10), 35-60. https://doi.org/10.29404/rtps-v6i10.739

Fuchs, C. (2016). *Critical theory of communication: New readings of Lukács, Adorno, Marcuse, Honneth and Habermas in the age of the internet*. University of Westminster Press.

Fuchs, C. (2018). *Digital demagogue: Authoritarian capitalism in the age of Trump and Twitter*. Pluto Press.

Fuchs, C. (2021). *Social media: A critical introduction* (3ª ed.). Sage.

Galston, W. (2018). *Anti-pluralism: The populist threat to liberal democracy*. Yale University Press.

Geraghty, J. (2015, 24 de setembro). In *The Art of the Deal*, Trump shows his soft side. *National Review*. https://bit.ly/3AtapfW

Gerbaudo, P. (2015). Populism 2.0: Social media activism, the generic Internet user and interactive direct democracy. In D. Trottier & C. Fuchs (Eds.), *Social media, politics and the state: Protests, revolutions, riots, crime and policing in the age of Facebook, Twitter and YouTube* (pp. 67-87). Routledge.

Gerbaudo, P. (2019, 11 abr.). Have social media become a divisive force? *State of Nature*. https://bit.ly/2McaCNH

Gomes, A. de C. (2019). A política brasileira em tempos de cólera. In S. Abranches, R. de Almeida, A. Alonso, C. R. de Barros, M. de Bolle, P. Domingues, C. Dunker, B. Fausto, R. Fausto, J. A. Giannotti, A. de C. Gomes, R. Lemos, C. Melo, C. H. Mendes, P. Louzano, G. Moriconi, R. Quinalha, D. A. Reis, J. M. Salles, E. Solano, M. Spector, H. M. Starling … G. Venturi, *Democracia em risco? 22 ensaios sobre o Brasil hoje* (cap. 11). Companhia das Letras. https://amzn.to/3qs3fCV

Graça, E. (2016, 12 de março). "Ouvir Bolsonaro é de uma agonia sem fim", critica Ellen. *UOL*. https://bit.ly/3R9KorP

Grossman, S. (2015, 16 de junho). Here are the funniest tweets about Donald Trump's presidential bid. *Time*. https://bit.ly/3AafWae

Guazina, L. S. (2019). Populismos de direita e autoritarismos: Apontamentos teóricos para estudos sobre a comunicação populista. *Mediapolis*, (12), 49-65. https://bit.ly/3QGzREY

Hall, S. (1979, janeiro). The great moving right show. *Marxism Today*, 14-20. https://bit.ly/3ItR6FK

Hands, J. (2011). *@ is for activism: Dissent, resistance and rebellion in a digital culture*. Pluto Press.

Hariman, R. (1995). *Political style: The artistry of power*. Chicago Press.

Heinö, A. J. (2017). *Timbro authoritarian populism index 2017*. Timbro. https://bit.ly/3y1th4w

Hjarvard, S. (2008). The mediatization of society: A theory of the media as agents of social and cultural change. *Nordicom Review*, 29(2), 105-134. https://doi.org/10.1515/nor-2017-0181

Hochschild, A. R. (2016). *Strangers in their own land: Anger and mourning on the American right*. New Press.

Holanda, M. (2022, 26 de maio). Bolsonaro não responde se aceitará resultado das eleições. *Folha de S.Paulo*. https://bit.ly/3xqYLQg

Hunter, W., & Power, T. J. (2019). Bolsonaro and Brazil's illiberal backlash. *Journal of Democracy*, *30*(1), 68-82. https://doi.org/10.1353/jod.2019.0005

Iasulaitis, S., & Vieira, A. O. (2019, 15-17 de maio). *Quando o ataque é o programa: As estratégias de campanha de Donald Trump e de Jair Bolsonaro no Twitter* [Artigo apresentado]. VIII Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política, Brasília, DF, Brasil. https://bit.ly/3zvrshy

Ituassu, A., Capone, L., Firmino, L. M., Mannheimer, V., & Murta, F. (2019). Comunicación política, elecciones y democracia: las campañas de Donald Trump y Jair Bolsonaro. *Perspectivas de la Comunicación*, *12*(2), 11-37. https://dx.doi.org/10.4067/S0718-48672019000200011

Jacobs, K., & Spierings, N. (2019). A populist paradise? Examining populists' Twitter adoption and use. *Information, Communication & Society*, *22*(12), 1681-1696. https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1449883

Jacobs, K., Sandberg, L., & Spierings, N. (2020). Twitter and Facebook: Populists' double-barreled gun? *New Media & Society*, *22*(4), 611-633. https://doi.org/10.1177/1461444819893991

Jenkins, H. (2008). *Cultura da convergência*. Aleph.

Joaquim Barbosa desmente Bolsonaro sobre julgamento do mensalão. (2018, 27 de outubro). *Veja*. https://bit.ly/3AeDFG9

Joathan, Í., & Rebouças, H. (2020). Campanha permanente em busca da Presidência da República: As estratégias de comunicação de Jair Bolsonaro no Facebook entre 2015 e 2018. *Eccom - Educação, Cultura e Comunicação*, *11*(22), 377-398. https://bit.ly/3wvK9zb

Juncker, C. (2019). Hans Christian Andersen in Trumpland. *Aktualitet - Litteratur, Kultur Og Medier*, *13*(1), 46-63. https://bit.ly/39wDqgj

Just, M., & Crigler, A. (2020). Populism: The Achilles heel of democracy. In B. Krämer & C. Holtz-Bacha (Eds.), *Perspectives on populism and media: Avenues for research* (pp. 125-144). Nomos.

Jutel, O. (2013). American populism and the new political economy of the media field. *The Political Economy of Communication*, *1*(1). https://bit.ly/3ax0ex2

Kakisina, P. A., Indhiarti, T. R., & Al Fajri, M. S. (2022). Discursive strategies of manipulation in COVID-19 political discourse: The case of Donald Trump and Jair Bolsonaro. *SAGE Open*. https://doi.org/10.1177/21582440221079884

Kakutani, M. (2018). *A morte da verdade: Notas sobre a mentira na era Trump*. Intrínseca.

Kalil, I. (2018). *Quem são e no que acreditam os eleitores de Jair Bolsonaro* [Relatório de pesquisa]. Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo. https://bit.ly/2PcSBkL

Kellner, D. (2016). *American nightmare: Donald Trump, media spectacles, and authoritarian populism*. Sense Publishers.

Kellner, D. (2021). Afterword. In J. Morelock (Ed.), *How to critique authoritarian populism: Methodologies of the Frankfurt School* (pp. 494-496). Brill.

Kennedy, C., Blumenthal, M., Clement, S., Clinton, J. D., Durand, C., Franklin, C., McGeeney, K., Miringoff, L., Olson, K., Rivers, D., Saad, L., Witt, G. E., Wlezien, C. (2018). An evaluation of the 2016 election polls in the United States. *Public Opinion Quarterly*, *82*(1), 1-33. https://doi.org/10.1093/poq/nfx047

Kitschelt, H. (2006). Movement parties. In R. S. Katz & W. Crotty (Eds.), *Handbook of party politics* (pp. 278-290). Sage.

Klinger, U., & Svensson, J. (2015). The emergence of network media logic in political communication: A theoretical approach. *New Media & Society*, *17*(8), 1241-1257. https://doi.org/10.1177/1461444814522952

Krämer, B. (2020). Introduction: Populism and the media – A matter of perspective. In B. Krämer & C. Holtz-Bacha (Eds.), *Perspectives on populism and media: Avenues for research* (pp. 7-38). Nomos.

Laclau, E. (2005). Populism: What's in a name? In F. Panizza (Ed.), *Populism and the mirror of democracy* (pp. 32-49). Verso.

Laclau, E. (2013). *A razão populista*. Três Estrelas. (Obra original publicada em 2005)

Lapper, R. (2021). *Beef, Bible and bullets: Brazil in the age of Bolsonaro*. Manchester University Press.

Larsson Niemi, K. (2022). *Populism, a threat to democracy?: A qualitative study on inclusionary and exclusionary populism* [Trabalho de conclusão de curso, Uppsala University]. Uppsala University Publications. https://bit.ly/3xMkQsw

Levitsky, S. (2018, 28 de setembro). Três mitos sobre uma presidência de Bolsonaro. *Folha de S.Paulo*. https://bit.ly/3txzLpk

Levitsky, S., & Ziblatt, D. (2018). *Como as democracias morrem*. Zahar.

Lima, E. (2020, 1 de maio). "E daí? Eu sou Messias, mas não faço milagres". *IstoÉ*. https://bit.ly/3eD80ae

Lima, V. A. (2021). Notas sobre "política quântica" e tradicionalismo: Cultura, política e comunicação em tempos de Bolsonaro. In A. A. C. Rubim & M. Tavares (Orgs.), *Cultura e política no Brasil atual* (pp. 109-129). Editora Fundação Perseu Abramo. https://bit.ly/3zH7wod

Lindner, J. (2019, 21 de agosto). Bolsonaro acusa ONGs por aumento de queimadas na Amazônia. *Terra*. https://bit.ly/3HZSuQe

List of nicknames used by Donald Trump. (2022, 16 de agosto). In *Wikipédia*. https://bit.ly/3dusC3M

Loader, B. D. & Mercea, D. (Eds.). (2012). *Social media and democracy: Innovations in participatory politics*. Routledge.

Lopes, M. I. V. (2014). *Pesquisa em comunicação: Formulação de um modelo metodológico* (12ª ed.). Loyola.

Macagno, F. (2022). Argumentation profiles and the manipulation of common ground. The arguments of populist leaders on Twitter. *Journal of Pragmatics*, *191*, 67-82. https://doi.org/10.1016/j.pragma.2022.01.022

Macaulay, M. (2019a). A short introduction to populism. In M. Macaulay (Ed.), *Populist discourse: International perspectives* (pp. 1-26). Palgrave Macmillan.

Macaulay, M. (2019b). Bernie and the Donald: A comparison of left- and right-wing populist discourse. In M. Macaulay (Ed.), *Populist discourse: International perspectives* (pp 165-195). Palgrave Macmillan.

Maitino, M. E. (2020). Populismo e bolsonarismo. *Cadernos Cemarx*, *13*, e020002. https://doi.org/10.20396/cemarx.v13i00.13167

Mano, J. (2022, 12 de agosto). FBI apreende documentos secretos na casa de Trump. *Poder360*. https://bit.ly/3AziGiG

Manso, B. P. (2020). *A república das milícias: Dos esquadrões da morte à era Bolsonaro*. Todavia.

Mars, A. (2019, 12 de junho). 'Olhos que Condenam': Cinco mártires no Central Park. *El País*. https://bit.ly/3PssRd2

Martins, J. M. L., Alves, M. A., & Chicarino, T. (2021). Candidatas para o Brasil de Bolsonaro: As porta-vozes da direita na política digital. Política. *Revista de Ciencia Política*, *59*(2), 121-142. https://doi.org/10.5354/0719-5338.2021.64911

Mazzoleni, G. (2003). The media and the growth of neo-populism in contemporary democracies. In G. Mazzoleni, J. Stewart & B. Horsfield (Eds.), *The media and neo-populism: A contemporary comparative analysis* (pp. 1-20). Praeger, 1–20.

Mazzoleni, G. (2008). Populism and the media. In D. Albertazzi & D. Mcdonnell (Orgs.), *Twenty-first century populism* (pp. 49-64). Palgrave Macmillan.

Mello, P. C. (2018, 18 de outubro). Empresários bancam campanha contra o PT pelo WhatsApp. *Folha de S.Paulo*. https://bit.ly/2NKhptj

Mello, P. C. (2020). *A máquina do ódio: Notas de uma repórter sobre fake news e violência digital*. Companhia das Letras. https://amzn.to/3RXWRzh

Mendonça, A. (2022, 21 de janeiro). Amigo de Bolsonaro confirma rachadinha em gabinetes da família. *Correio Braziliense*. https://bit.ly/3pFZiu8

Mendonça, R. F., & Caetano, R. D. (2021). Populism as parody: The visual self-presentation of Jair Bolsonaro on Instagram. *The International Journal of Press/Politics*, *26*(1), 210–235. https://doi.org/10.1177/1940161220970118

Merica, D., Bradner, E., & Acosta. (2017, 25 de janeiro). Trump considers executive order on voter fraud. *CNN*. https://cnn.it/3K7bv4x

Millikan, B. (2020, 27 de agosto). Trump e Bolsonaro: semelhanças alarmantes frente à pandemia. *El País*. https://bit.ly/3xIExTb

Miúra, R. (2022, 10 de junho). Inflação pode ser determinante na tentativa de reeleição de Bolsonaro, diz especialista. *UOL*. https://bit.ly/3xwmEG6

Moffitt, B. (2016). *The global rise of populism: Performance, political style, and representation*. Stanford University Press.

Montanaro, D. (2020, 19 de setembro). Poll: Climate becomes top priority for Democrats; Trump struggles on race, COVID-19. *NPR*. https://n.pr/3c8cp42

Moraes, M. (2014, 30 de outubro). Bolsonaro: “Serei o candidato da direita à Presidência em 2018”. *Estadão*. https://bit.ly/2JTNZZI

Morais, A. R. A., & Ferreira, L. C. (2021). Metaphors of intolerance: A comparative analysis between the speeches and cartoons of Jair Bolsonaro and Donald Trump on immigration. In I. Chiluwa (Ed.), *Discourse and conflict* (pp. 85-112). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-030-76485-2_4

Morelock, J., & Narita, F. Z. (2021). A dialectical constellation of authoritarian populism in the United States and Brazil. In J. Morelock (Ed.), *How to critique authoritarian populism: Methodologies of the Frankfurt School* (pp. 85-107). Brill.

Morini, M. (2020). *Lessons from Trump’s political communication: How to dominate the media environment*. Palgrave Pivot.

Morris, P. L., & Sarapin, S. H. (2020). You can’t block me: When social media spaces are public forums. *First Amendment Studies*, *54*(1), 52-70, 2020. https://doi.org/10.1080/21689725.2020.1742760

Mosca, L., & Tronconi, F. (2019). Beyond left and right: the eclectic populism of the Five Star Movement. *West European Politics*, 42(6), 1258-1283. https://doi.org/10.1080/01402382.2019.1596691

Mouffe, C. (2020). *Por um populismo de esquerda*. Autonomia Literária.

Mounk, Y. (2016, 10 de março). Make Britain great again, again. *New America*. https://bit.ly/3zZVnie

Mounk, Y. (2019). *O povo contra a democracia: Por que nossa liberdade corre perigo e como salvá-la*. Companhia das Letras. https://amzn.to/3RxYvrs

Moura, M., & Corbellini, J. (2019). *A eleição disruptiva: Por que Bolsonaro venceu*. Record. https://amzn.to/3Qt8a13

Mudde, C. (2000). *The ideology of the extreme right*. Manchester University Press.

Mudde, C. (2004). The populist zeitgeist. *Government and Opposition*, *39*(4), 541-563. https://doi.org/10.1111/j.1477-7053.2004.00135.x

Mudde, C. (2015, 17 de fevereiro). The problem with populism. *The Guardian*. https://bit.ly/3yp7PGX

Mudde, C. (2019). *The far right today*. Polity.

Mudde, C. (2020, 27 de março). Will the coronavirus ‘kill populism’? Don’t count on it. *The Guardian*. https://bit.ly/3tHQDto

Mudde, C., & Kaltwasser, C. R. (2013). Exclusionary vs. inclusionary populism: Comparing contemporary Europe and Latin America. *Government and Opposition*, *48*(2), 147-174. https://doi.org/10.1017/gov.2012.11

Mudde, C., & Kaltwasser, C. R. (2017). *Populism: A very short introduction*. Oxford University Press.

Nadler, A. (2019). Populist communication and media environments. *Sociology Compass*, *13*(8), e12718. https://doi.org/10.1111/soc4.12718

Nagle, A. (2017). *Kill all normies: Online culture wars from 4chan and Tumbler to Trump and the Alt-Right*. Zero Books.

Nascimento, C. (2021, 2 de agosto). A cada quatro dias, Bolsonaro faz ameaças às eleições de 2022. *Veja*. https://bit.ly/3MMIA5t

Nascimento, L., Alecrim, M., Oliveira, J., Oliveira, M., Costa, S. (2018). "Não falo o que o povo quer, sou o que o povo quer": 30 anos (1987-2017) de pautas políticas de Jair Bolsonaro nos jornais brasileiros. *Plural*, *25*(1), 135-171. https://doi.org/10.11606/issn.2176-8099.pcso.2018.149019

Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C. T., Eddy, K., & Nielsen, R. K. (2022). *Digital news report 2022*. Reuters Institute. https://bit.ly/3RT4vL9

Newman, O. M. (2018). *Unhinged: An insider's account of the Trump White House*. Gallery Books.

Nicolau, J. (2019). Prefácio. In M. Moura & J. Corbellini, *A eleição disruptiva: Por que Bolsonaro venceu*. Record.

Nicolau, J. (2020). *O Brasil dobrou à direita: Uma radiografia da eleição de Bolsonaro em 2018*. Companhia das Letras. https://amzn.to/3B5ZnMO

Nicolau, J. (2022, setembro). O jogo mudou. *Piauí*. https://bit.ly/3Dh150T

No Jornal Nacional, Bolsonaro reafirma posições conservadoras e ironiza Globo. (2018, 29 de agosto). *Poder360*. https://bit.ly/3PLMsVy

Nobre, M. (2020). Ponto final: A guerra de Bolsonaro contra a democracia. Todavia. https://amzn.to/3BtUcrx

Norris, P. (2020). Measuring populism worldwide. *Party Politics*, *26*(6), 697-717. https://doi.org/10.1177/1354068820927686

Norris, P., & Inglehart, R. (2019). *Cultural backlash: Trump, Brexit and authoritarian populism*. Cambridge University Press.

Novoselova, O. (2020). Peculiarities of modern nationalist messages in online political communication: The analyses of Donald Trump's and Jair Bolsonaro's election campaigns. *Changing Societies & Personalities*, *4*(3), 350–371. https://doi.org/10.15826/csp.2020.4.3.105

Oborne, P., & Roberts, T. (2017). *How Trump thinks: His tweets and the birth of a new political language.* Head of Zeus. https://amzn.to/3qttAR2

Oliveira, E. (2020, 23 de julho). Bolsonaro e as emas: Depois de algumas bicadas, presidente

leva cloroquina para as aves. *Estado de Minas*. https://bit.ly/3ApVWjJ

Opiniões de Bolsonaro não seguem agenda liberal. (2017, 3 de setembro). *O Estado de Minas*. https://bit.ly/3RWm0Kn

Os pedidos de impeachment do presidente Jair Bolsonaro. (s.d.). *Pública*. https://bit.ly/3AoHNDp

Ouyang, Y., & Waterman, R. W. (2020). *Trump, Twitter, and the American democracy: Political communication in the digital age*. Palgrave Macmillan. https://amzn.to/3DcQxj7

Oyama, T. (2020). *Tormenta: O governo Bolsonaro: Crises, intrigas e segredos*. Companhia das Letras.

Padovani, C. (2016). The media of the ultra-right: Discourse and audience activism online. *Journal of Language and Politics*, *15*(4), 399-421. https://doi.org/10.1075/jlp.15.4.02pad

Padrão, M. (2019, 11 de abr.). Com app próprio, Bolsonaro fideliza seguidor e afasta a crítica (e a nação). *Tilt*. https://bit.ly/3d0jvrJ

Pajnik, M., & Meret, B. (2018). *Populism and the web: Communicative practices of parties and movements in Europe*. Routledge

Parreira, M., & Vasconcellos, F. (2020, 16 de novembro). Apenas 1 dos 78 candidatos com Bolsonaro no nome de urna é eleito no Brasil. *G1*. http://glo.bo/3QQ5QCf

Parzianello, G. L. (2020). O governo Bolsonaro e o populismo contemporâneo: Um antagonismo em tela e as contradições de suas proximidades. *Aurora: Revista de Arte, Mídia e Política*, *12*(36), 49-64. https://bit.ly/3y2Irp9

Patterson, T. (2016, 11 de julho). News coverage of the 2016 presidential primaries: Horse race reporting has consequences. *Shorenstein Center on Media, Politics, and Public Policy*. https://bit.ly/3nTxDFe

Paxton, R. (2016, 7 de janeiro). Is fascim back? *Project Syndicate*. https://bit.ly/3O7cRNp

Péchy, A. (2022, 15 de maio). Donald Trump mostra poder incontestável no Partido Republicano. *Veja*. https://bit.ly/3xrlNGH

Pelinka, A. (2013). Right-wing populism: Concept and typology. In R. Wodak, M. KhosraviNik & B. Mral (Eds.), *Right-wing populism in Europe: Politics and discourse* (pp. 3-22). Bloomsbury Academic. http://dx.doi.org/10.5040/9781472544940.ch-001

Pelinka, A. (2018). Identity politics, populism and the far right. In R. Wodak & B. Forchtner (Eds.), *The Routledge handbook of language and politics* (pp. 618-629). Routledge

Penha-Lopes, V. (2022). *The presidential elections of Trump and Bolsonaro, whiteness, and the nation*. Lexington Books.

Piaia, V. R., & Nunes, R. (2019). Política, entretenimento e polêmica: Bolsonaro nos programas de auditório. In C. de Paula & J. Feres Júnior (Orgs.), *Eleições 2018 e a crise da democracia brasileira* (pp. 105-110). Appris.

Piaia, V., & Alves, M. (2020). Abrindo a caixa preta: Análise exploratória da rede bolsonarista no WhatsApp. *Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, *43*(3), 135-154. https://doi.org/10.1590/1809-5844202037

Pinheiro-Machado, R., & Scalco, L. M. (2018). Da esperança ao ódio: A juventude periférica bolsonarista. In: E. S. Gallego (Ed.), *O ódio como política: A reinvenção das direitas no Brasil* (pp. 53-59). Boitempo.

Pires, B. (2020, 20 de agosto). Os laços do clã Bolsonaro com Steve Bannon. *El País*. https://bit.ly/3pLtUu0

Poder360. (2018, 1º de setembro). *No Acre, Bolsonaro fala em 'fuzilar a petralhada' e enviá-los à Venezuela* [Vídeo]. YouTube. https://bit.ly/2yqRJfN

Politico Staff. (2017, 15 de agosto). Full text: Trump's comments on white supremacists, 'alt-left' in Charlottesville. *Politico*. https://politi.co/3R0zcNW

Prado, A. C. (2021, 26 de novembro). O Bolsonaro chileno. *IstoÉ*, (2706). https://bit.ly/3b7xVoH

Pybus, J. (2019). Trump, the first Facebook president: Why politicians need our data too. In C. Happer, A. Hoskins, & W. Merrin (Eds.), *Trump's media war* (pp. 227-240). Palgrave Macmillan.

Quantidade de homens e mulheres. (s.d.). *IBGE*. https://bit.ly/3DlNgOu

Rancière, J. (2014). *O ódio à democracia*. Boitempo.

Rappeport, A. (2015, 10 de agosto). Rand Paul compares Donald Trump to 'the emperor with no clothes'. *The New York Times*. https://nyti.ms/3mTbFS0

Ribeiro, L. G. M., Lasaitis, C., & Gurgel, L. (2016). Bolsonaro Zuero 3.0: Um estudo sobre as novas articulações do discurso da direita brasileira através das redes sociais. *Anagrama*, *10*(2). https://doi.org/10.11606/issn.1982-1689.anagrama.2016.118020

Robinson, D. (s.d.). Text analysis of Trump's tweets confirms he writes only the (angrier) Android half. *Variance Explained*. https://bit.ly/3mXF9yd

Rocha, C., Medeiros, J., & Solano, E. (2021). *The Bolsonaro paradox: The public sphere and right-wing counterpublicity in contemporary Brazil*. Springer.

Rocha, J. C. de C. (2021). *Guerra cultural e retórica do ódio: Crônicas de um Brasil pós-político*. Caminhos.

Rodrigues, G. M. A. (2019). Trump dos trópicos? Política externa de ultradireita no Brasil. *Análisis Carolina*, (6), 1-11. https://doi.org/10.33960/AC_06pt.2019

Romancini, R. (2018). Do “Kit Gay” ao “Monitor da Doutrinação”: A reação conservadora no Brasil. *Contracampo*, *37*(2), 87-108. http://dx.doi.org/10.22409/contracampo.v37i2.1102

Romano, A. (2021, 7 de janeiro). What we still haven’t learned from Gamergate. *Vox*. https://bit.ly/3dKWrNC

Rosanvallon, P. (2020). *Le siècle du populism: Histoire, théorie, critique*. Seuil.

Rupert, M. (1997). The Patriot Movement and the roots of fascism. In S. A. Nan, D. Bashir-Elahi, J. Docherty, L. Fast, R. Harris, K. Hobart, D. McFarland, V. Rast, & I. Shapiro (Eds.), *Windows to conflict analysis and resolution: Framing our field* (pp. 81-101). Institute for Conflict Analysis and Resolution.

Saint-Clair, C. (2018). *Bolsonaro: O homem que peitou o exército e desafiou a democracia*. Máquina de Livros.

Santos, R. M.; Cioccari, D.; de Moraes, T. P. B. (2020). O clã Bolsonaro e o Twitter: comunicação política e influência na rede social. *Mediapolis*, (10), 65-81. https://doi.org/10.14195/2183-6019_10_5

Schradie, J. (2019). *The revolution that wasn’t: How digital activism favors conservatives*. Harvard University Press.

Schreiber, M. (2020, 31 de dezembro). Governo Bolsonaro, 2 anos: A metamorfose da Presidência nesse período em 3 pontos. *BBC Brasil*. https://bbc.in/3e1MVGg

Schuquel, T. (2022, 7 de abril). Dia do Jornalista: Ataques de Bolsonaro contra a imprensa incitam violência, que cresce no país. *Brasil de Fato*. https://bit.ly/3Bta9OE

Schwörer, J. (2021). *The growth of populism in the political mainstream: The contagion effect of populist messages on mainstream parties’ communication*. Springer.

Sclafani, J. (2017). *Talking Donald Trump: A sociolinguistic study of style, metadiscourse, and political identity*. Routledge.

Senra, R. (2018, 16 de outubro). ‘Ele soa como nós’: David Duke, ex-líder da Ku Klux Klan, elogia Bolsonaro, mas critica proximidade com Israel. *BBC Brasil*. https://bbc.in/2CPijUH

Serapião, F. (2018, 6 de dezembro). Coaf relata conta de ex-assessor de Flávio Bolsonaro. *O Estado de S. Paulo*. https://bit.ly/2G3b5Pa

Seto, G. (2018, 24 de outubro). Slogan de Bolsonaro foi inspirado em brado de paraquedistas militares. *Folha de S.Paulo*. https://bit.ly/3QHzJEH

Shear, M., & Haberman, M. (2019, 19 de março). For Trump, Brazil’s president is like looking in the mirror. *The New York Times*. https://nyti.ms/2ULPzBe

Siders, D., & Mahtesian, C. (2020, 3 de outubro). ‘This is the worst nightmare for the Trump campaign’. *Politico*. https://politi.co/3ClTWeV

Skinnell, R. (2018). *Faking the news: What rhetoric can teach us about Donald J. Trump.*

Societas. https://amzn.to/3RW7tP7

Smith, A. (2016, 10 de novembro). World newspapers react with shock, mockery to Donald Trump's win. *NBC News*. https://nbcnews.to/3Ohfaxr

Solano, E. (2018, maio). Crise da Democracia e extremismos de direita. *Análise*, (42). https://bit.ly/3CDsGch

Stanyer, J., Salgado, S., & Strömbäck, J. (2016). Populist actors as communicators or political actors as populist communicators. Cross-national findings and perspectives. In T. Aalberg, F. Esser, C. Reinemann, J. Strömbäck, & C. H. de Vreese (Eds.), *Populist political communication in Europe* (353-364). Routledge.

Steudeman, M. J. (2018). Demagoguery and the Donald's duplicitous victimhood, faking the news. In R. Skinell (Ed.), *Faking the news: What rhetoric can teach us about Donald J. Trump* (Cap. 1). Societas. https://amzn.to/3RW7tP7

Taibbi, M. (2015, 25 de março). Donald Trump claims authorship of legendary Reagan slogan; has never heard of Google. *Rolling Stone*. https://bit.ly/3OFabGX

Taibbi, M. (2017). *Insane clown president: Dispatches from the 2016 circus*. Spiegel & Grau.

Teitelbaum, B. R. (2020). *Guerra pela eternidade: O retorno do Tradicionalismo e a ascensão da direita populista*. Ed. Unicamp.

Teixeira, P. (2022, 10 de junho). Bolsonaro bloqueia mais de 90 jornalistas e 10 veículos de comunicação. *Abraji*. https://bit.ly/3vg2aB9

Teles, E. (2018). A produção do inimigo e a insistência do Brasil violento e de exceção. In E. S. Gallego (Org.). *O ódio como política: A reinvenção das direitas no Brasil* (cap. 8). Boitempo. https://amzn.to/3BvGZi6

Temer bate próprio recorde e é o presidente mais rejeitado da história. (2018, 10 de junho). *Veja*. https://bit.ly/3ckaDwS

Tepe, S. (2019). The inclusion-moderation thesis: An overview. *Oxford Research Encyclopedia of Politics*. https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228637.013.788

Thompson, J. B. (2018). A interação mediada na era digital. *MATRIZes*, *12*(3), 17-44. https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v12i3p17-44

Thrush, G., & Haberman, M. (2017, 20 de março). Trump's weary defenders face fresh worries. *The New York Times*. https://nyti.ms/3b9m2i9

Time Staff. (2015, 16 de junho). Here's Donald Trump's presidential announcement speech. *Time*. https://bit.ly/2JZQE6H

Timm, J. C. (2020, 4 de novembro). With states still counting, Trump falsely claims he won. *NBC News*. https://nbcnews.to/3QE9Wxq

Total de pessoas que se autodeclaram pretas e pardas cresce no Brasil, diz IBGE. (2022, 22 de

julho). *G1*. http://glo.bo/3ByaS15

Trump, D., & Shiflett, D. (2020). *The America we deserve*. Renaissance Books. https://amzn.to/3U324Y9

Trump diz que estava sendo sarcástico ao sugerir injeções de desinfetante. (2020, 24 de abril). *Folha de S.Paulo*. https://bit.ly/3ApZHFR

Trump, D. [@realDonaldTrump]. (2020, 19 de dezembro). *Peter Navarro releases 36-page report alleging election fraud 'more than sufficient' to swing victory to Trump https://t.co/D8KrMHnFdK. A great report by Peter. Statistically impossible to have lost the 2020 Election. Big protest in D.C. on January 6th. Be there, will be wild!* [Tweet]. Twitter. https://bit.ly/3T8Akkm

Trump, D. J. (2017, 1 de maio). *First 100 days* [Vídeo]. YouTube. https://bit.ly/3CEUBs6

Trump: The art of the deal. (2022, 24 de julho). In *Wikipédia*. https://bit.ly/3A8Jy7N

Twitter. (2020, 8 de janeiro). Permanent suspension of @realDonaldTrump. *Twitter Blog*. https://bit.ly/3Omy3ix

UOL. (2021, 17 de maio). *Bolsonaro volta a dizer que é "imbrochável, imorrível e incomível"* [Vídeo]. YouTube. https://bit.ly/3RKob40

Van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford University Press.

Vidigal, C. E. (2019). Bolsonaro e a reorientação da política exterior brasileira. *Meridiano 47 - Journal of Global Studies*, *20*. https://doi.org/10.20889/M47e20011

Vieira, H. Fundamentalismo e extremismo não esgotam experiência do sagrado nas religiões. In E. S. Gallego (Org.). *O ódio como política: A reinvenção das direitas no Brasil* (cap. 12). Boitempo. https://amzn.to/3BvGZi6

Vivas, F., & Falcão, M. (2021, 26 de outubro). TSE tem 3 votos pelo arquivamento de ações contra chapa Bolsonaro-Mourão; julgamento é suspenso. *G1*. http://glo.bo/3AK3vmS

Webb, D., & Palmeira, R. N. (2018). Bolsonaro: The Trump of the tropics. *Socialist Lawyer*, *80*, 18-23. https://doi.org/10.13169/socialistlawyer.80.0018

Weigel, M. (2016, 30 de novembro). Political correctness: How the right invented a phantom enemy. *The Guardian*. https://bit.ly/3dMdY8s

White, J. K. (2016). Donald Trump and the scourge of populism. *The Forum*, *14*(3), 265–279. https://doi.org/10.1515/for-2016-0026

Wingard, J. (2018). Trump's not just one bad apple: He's the product of a spoiled bunch. In R. Skinell (Ed.), *Faking the news: What rhetoric can teach us about Donald J. Trump* (Cap. 3). Societas. https://amzn.to/3RW7tP7

Wink, G. (2021). *Brazil, land of the past: The ideological roots of the new right*. Bibliotopía.

Wodak, R. (2020). *The politics of fear: The shameless normalization of far-right discourse* (2ª ed.). Sage. https://amzn.to/3L3KjnF (Obra original publicada em 2015)

World media shock and dismay at Trump win. (2016, 9 de novembro). *BBC*. https://bbc.in/3Clr86C

Worldometer. (2022a, 22 de agosto). United States COVID. https://bit.ly/3dQ37u7

Worldometer. (2022b, 26 de agosto). Brazil COVID. https://bit.ly/3QTppd0

Yee, L. (2017, 5 de maio). All major TV networks block Trump's 'fake news' ad. *Variety*. https://bit.ly/3PAGjLX

Young, A. M. Rhetorics of fear and loathing: Donald Trump's populist style. In R. Skinell (Ed.), *Faking the news: What rhetoric can teach us about Donald J. Trump* (Cap. 2). Societas. https://amzn.to/3RW7tP7

Zaru, D. (2022, 16 de maio). How 'replacement theory' became prominent in mainstream US politics. *ABC News*. https://abcn.ws/3ymRGSu