

Como vencer uma eleição sem sair de casa: a ascensão do populismo digital no Brasil

Palavras-chave

antropologia digital
populismo
Ernesto Laclau
bolsonarismo
pós-verdade

Resumo

Desde ao menos a eleição de Trump e o referendo sobre o Brexit, o tema do populismo voltou à tona com grande força ao debate público e acadêmico. Este artigo busca avançar a discussão com base na experiência eleitoral brasileira de 2018, onde, em contraste com os eventos de 2016, interveio de modo significativo o aplicativo WhatsApp. Baseado em dez meses de pesquisa online em redes sociais bolsonaristas, o presente estudo avança o conceito de populismo digital para pensar as particularidades e efeitos da digitalização contemporânea do mecanismo populista clássico descrito por Ernesto Laclau e Chantal Mouffe, articulando-o com noções da cibernética, teorias de sistemas e teoria antropológica.

How to win an election from home: on the rise of digital populism in Brazil

Keywords

digital anthropology
populism
Ernesto Laclau
Bolsonarism
post-truth

Abstract

At least since Trump's election and the Brexit referendum, populism has become a hot topic in public and academic debates. This article seeks to contribute to these debates based on Brazil's 2018 presidential elections, where WhatsApp played an unprecedented role. Based on ten months of online research on pro-Bolsonaro social media, this study advances the notion of digital populism in order to tease out the particularities and effects of the digitalization of this classic mode of constructing political hegemony. To this end, it incorporates insights from cybernetics, systems theory and anthropological theory to Ernesto Laclau and Chantal Mouffe's theory of populism.

1. Introdução

Nos últimos anos, o tema do populismo voltou à tona com grande força ao debate público e acadêmico, em reação à perplexidade causada pelo resultado do referendo sobre o Brexit e pela eleição de Donald Trump, ambos em 2016 (Mazzarella, 2019; Gerbaudo, 2018). Embora a eleição de Jair Bolsonaro, em 2018, tenha muitas ressonâncias com esses casos, é possível entrever na experiência brasileira elementos novos, notadamente relativos à relevância eleitoral do aplicativo WhatsApp. Estudos de base qualitativa sobre o que ocorreu na paisagem digital da campanha eleitoral brasileira são ainda incipientes (Nemer, 2019). Este artigo busca contribuir para preencher essa lacuna ao descrever, e propor uma explicação do tipo cibernética (Bateson, 1972; Cesarino, no prelo a; Cesarino, no prelo b) para a eficácia da versão bolsonarista daquilo que chamei de populismo digital (Cesarino, 2019a).

Por explicação cibernética entendo um nível analítico que é qualitativo, porém difere fundamentalmente da “explicação positiva” (Bateson, 1972) – seja do tipo hermenêutica, seja do tipo causal – preponderante em boa parte das ciências sociais. Essa perspectiva pode ser pensada como um tipo de funcionalismo (Luhmann, 1995), porém focado menos em conteúdos e agentes particulares do que em formas e padrões metacomunicativos, recorrentes em um mesmo campo de complexidade, que co-produzem esses conteúdos e agentes (Cesarino, no prelo a; Cesarino, no prelo b). Assim, o presente estudo atém-se ao plano sistêmico das mediações (no caso, digitais) que possivelmente contribuíram para a produção de subjetividades e escolhas políticas durante o período eleitoral. As perdas decorrentes desta opção teórico-metodológica (por exemplo, a falta de uma abordagem sistemática de usuários *offline*) são, a meu ver, compensadas pelo potencial da

abordagem cibernética para articular elementos quantitativos e qualitativos que vêm sendo levantados por estudos recentes sobre mobilização política entre as mídias sociais e as ruas.

A presente análise se baseia em pesquisa *online* iniciada em setembro de 2018, cobrindo grandes grupos públicos de WhatsApp e as malhas das redes bolsonaristas aos quais eles remetiam, em mídias sociais e outros canais digitais da “nova direita” brasileira.¹ A primeira seção introduz esse universo de pesquisa, assim como a posicionalidade da pesquisadora e a metodologia utilizada. A segunda apresenta os pontos centrais da teoria do populismo de Ernesto Laclau e Chantal Mouffe, que constitui a base para a análise discursiva do conteúdo digital coletado. A terceira introduz elementos da teoria antropológica e teorias de sistemas para construir um argumento pela especificidade do populismo em sua versão digital. Contra esse pano de fundo teórico, apresento, através de uma análise da memética circulada durante a campanha, cinco funções metalinguísticas básicas que cobrem praticamente todo o conteúdo coletado: i. fronteira antagonística amigo-inimigo; ii. equivalência líder-povo; iii. mobilização permanente através de ameaça e crise; iv. espelhamento do inimigo e inversão de acusações; e v. produção de um canal midiático exclusivo. A seção seguinte foca no eixo analítico da des/ordem, pensada aqui num sentido sistêmico-termodinâmico, ou seja, enquanto entropia informacional (Cesarino, no prelo b). A última seção conclui notando como a operação do mecanismo populista na campanha de 2018 reverberou formas culturais até então apartadas da política, como o futebol, e em que medida isso poderia indicar uma redefinição profunda do que seja a política na era digital.

2. Iniciando uma investigação antropológica

A pesquisa que fundamenta a presente discussão começou, de forma mais sistemática, em setembro de 2018, após um “choque cultural” sofrido pela autora em um grupo de WhatsApp de família, quando uma parenta revelou ter intenção de votar no candidato do PSL. Tal choque, a princípio, parecia-se com aquilo que Susan Harding (1991) chamou, em seu estudo sobre fundamentalistas evangélicos estadunidenses, de “outro repugnante”: um tipo de relação de alteridade onde a diferença é dada politicamente, e onde a empatia etnográfica torna-se um desafio. Havia, contudo, uma diferença: aquela pessoa *não* era um outro repugnante, e o choque vinha justamente da sua associação com um candidato que, do meu ponto de vista, destoava completamente do perfil daquela eleitora: ela, uma pessoa pacifista, tolerante, espiritualizada, boa; ele, homofóbico, racista, autoritário, misógino, “repugnante”. Foi buscando as fontes daquela incomensurabilidade de perspectivas – pois não parecíamos estar falando da mesma pessoa – que encontrei um fluxo massivo e constante de conteúdos digitais compartilhados via WhatsApp (a interlocutora em questão não possuía conta ativa em nenhuma rede social). Esses conteúdos – textos, vídeos, memes, áudios, *links* – produziam, para aquela eleitora, uma realidade política que eu, habitante de uma bolha digital bem diferente, até então desconhecia.

No geral, a antropologia entende que todo processo cultural e social é produzido na contingência da prática histórica, embora apenas alguns deles logrem se estabilizar de modo eficaz e gerar efeitos de verdade, assumindo então ares de “dados” da realidade. Eu me encontrava sem dúvida diante de um processo

de construção desse tipo. Havia, porém, uma ambiguidade quanto à sua espontaneidade. Embora os agentes nessas redes digitais fossem livres para compartilhar e mesmo produzir o que desejassem, os conteúdos pareciam orientados por algum tipo de direcionamento, dada a insistente recorrência de certos padrões discursivos e estéticos. Foi tentando entender esses padrões que cheguei ao que descrevo aqui como o populismo digital estruturante da campanha a favor do candidato do PSL nas redes sociais.

Populismo digital, neste sentido, refere-se tanto a um aparato midiático (digital) quanto a um mecanismo discursivo (de mobilização) e uma tática (política) de construção de hegemonia (Cesarino, 2019a). É um mecanismo que pode ter feito diferença no resultado eleitoral de 2018 ao lograr mobilizar eleitores que se informavam sobre os candidatos sobretudo através de mídias sociais, notadamente o WhatsApp.² Em contraste com os casos paradigmáticos de Trump e do Brexit, o estudo da relevância desse aplicativo nas últimas eleições brasileiras pode contribuir para a compreensão de como o populismo digital logra eficácia mesmo sem apelo ao tipo de microdirecionamento e análise de perfis que foram a marca do escândalo da Cambridge Analytica (Cadwallard, 2017; Kalil et al., 2018; Santos et al., 2019; Nemer, 2019).

O presente estudo é também um experimento em antropologia digital, inspirado na abordagem de Daniel Miller e colaboradores (Horst & Miller, 2012). A antropologia digital não é um subcampo disciplinar, mas uma atenção transversal à intervenção crescente do digital como mediação cada vez mais presente em relações que se desdobram também *offline*. Ela convida a refletir sobre processos de digitalização que intervêm de modo crucial, porém nem sempre visibilizado, em fenômenos que são tidos como definidores da contemporaneidade, como neoliberalismo, pós-verdade e

os chamados neopopulismos (Mirowski, 2019; Cesarino, no prelo a; Cesarino, no prelo b). Desde ao menos 2016, populismo tem se tornado uma *buzzword* na academia e na imprensa internacional (Mazzarella, 2019). Mas, embora sua ressonância com a dinâmica das redes sociais já tenha sido notada em linhas gerais (Gerbaudo, 2018), acredito que sua mecânica propriamente digital ainda careça de maior aprofundamento.

A pesquisa na qual se baseia a presente discussão foi realizada quase inteiramente *online*, em parte da paisagem digital bolsonarista que se adensou durante a campanha eleitoral. Meu primeiro nível de acesso – equivalente à última de três etapas de viralização no WhatsApp identificadas por Santos et al. (2019, p. 327) – foi aos conteúdos que a interlocutora supracitada recebia diariamente no seu *smartphone*. A intensidade e volume de compartilhamentos identificados por análises quantitativas também se refletiram aqui: a cada dia, dezenas de novos vídeos, áudios, memes, textinhos, textos e prints diversos (Tardáguila, Benevenuto & Ortellado, 2018; Santos et al., 2019; Nemer, 2019). Boa parte desse conteúdo recaía na categoria de *fake news*, no sentido amplo do termo (Tandoc et al., 2018): notícias falsas, teorias da conspiração, material ofensivo e calunioso contra certas pessoas ou grupos, avisos urgentes e alarmistas, enunciados distorcidos ou retirados de contexto. Ou seja, são mensagens que dificilmente circulariam com tanta amplitude, velocidade e capilaridade em fóruns tradicionais da esfera pública como a imprensa profissional, onde há maior publicidade e controle social e jurídico. No momento inicial, chamou atenção o quanto essa informante, assim como os contatos da sua rede pessoal que lhe repassavam esses conteúdos, se mostravam vulneráveis a eles. As razões para tal vulnerabilidade são complexas e multiescalares, e precisam ser exploradas mais a fundo através de pesquisa qualitativa *offline*. No que segue, destacarei apenas

os padrões discursivos estruturantes do próprio conteúdo que possam ter contribuído para sua aceitação e replicação por parte dos usuários, particularmente aqueles que Nemer (2019) chamou de “brasileiros comuns”.

A partir dessa primeira camada, mais próxima da interface entre o *on* e o *offline*, fui adentrando outras malhas das redes digitais bolsonaristas: sobretudo no próprio WhatsApp, mas também em outras plataformas às quais o conteúdo circulado no aplicativo remetia, como sites alternativos de notícias, vídeos no YouTube, posts no Facebook ou Twitter. Na época da campanha, realizei observações em vários grupos públicos – no máximo quatro ou cinco de cada vez, devido às limitações de memória do meu celular. Não foi possível arquivar a totalidade do conteúdo recebido; todos os dias, eu selecionava e baixava aqueles itens que me parecessem mais representativos de certos padrões discursivos recorrentes. Foi a partir deste universo que selecionei as imagens trazidas abaixo.

Em consonância com a estrutura policêntrica de rede do tipo “hidra” descrita por Santos et al. (2019), os grupos públicos de WhatsApp do qual participei eram de dois tipos. Havia aqueles organizados verticalmente, onde apenas os administradores (cujos *chips* eram muitas vezes estrangeiros, de países como Estados Unidos e Portugal) podiam postar conteúdo. Convites públicos para esses grupos podiam ser encontrados em planilhas em sites como *zabolsonaro.com*. Esse tipo de grupo se situava numa zona cinzenta entre campanha oficial e militância espontânea, e foi objeto de algumas reportagens jornalísticas e denúncias de disparos de mensagens ilegais (Benites, 2018). Nessa camada, os grupos eram pré-segmentados segundo critérios como gênero ou área geográfica: durante a campanha, participei de grupos de mulheres, e, de modo itinerante, de grupos segmentados por estado ou cidade.

O segundo tipo eram grandes grupos (de até

256 pessoas, número máximo permitido pelo aplicativo) também disponíveis publicamente através de *links*, em geral no Facebook ou Twitter. Nestes, qualquer usuário podia postar, e embora a maior parte das interações consistisse em compartilhamentos, havia ocasionalmente diálogo entre os membros. Esses grupos, junto com o WhatsApp pessoal da minha interlocutora, formaram o conjunto da minha paisagem etnográfica nesse aplicativo. Após o resultado da eleição, essas redes se reorganizaram significativamente. Todos os grupos dos quais eu participava no final da campanha eventualmente se desfizeram. Porém, novos foram criados e permanecem bastante ativos. Como também observou Nemer (2019), os novos grupos parecem abrigar aquelas franjas mais “radicais” de seguidores do presidente. Isso não significa, contudo, que outros usuários não continuem recebendo parte do conteúdo que circula nos grandes grupos através de contatos pessoais em seu WhatsApp – com efeito, essa tem sido a experiência da minha interlocutora privilegiada desde então.

O universo desta pesquisa se ancorou, portanto, no WhatsApp como ponta capilar de uma ecologia das mídias mais ampla que vem sendo mapeada e analisada por diversos pesquisadores a partir de inserções teórico-metodológicas diferentes, e desde antes das eleições de 2018 (Malini, Ciarelli & Medeiros, 2017; Ortellado & Ribeiro, 2018; Santos et al., 2019; Nemer, 2019). Como outros (Recuero, Zago & Soares, 2017; Gerbaudo, 2018), creio que seja vital apontar as mudanças que esse ecossistema vem introduzindo na esfera pública, pois sua estrutura vai de encontro ao sentido liberal, habermasiano do termo, por ser pouco pública, pouco dialógica, e isolar parte do público do contato com o contraditório e a diferença. Tanto na memética da campanha quanto em declarações do então candidato (por exemplo, conclamando seus seguidores a desligar a tevê e se informar apenas por meio de suas *lives*), era explícita a intenção

de construir esse canal exclusivo. Essa estratégia teve como efeito a produção de uma realidade à parte cuja relação com o entorno (i.e., o resto da *web*) era mediada por uma série de *gatekeepers* digitais: sobretudo influenciadores e coletivos, mas também mediadores não-humanos como algoritmos, *bots* ou criptografia (Recuero, Zago & Soares, 2017).

Poder-se-ia objetar que toda bolha digital é um mecanismo desse tipo, e isto é verdadeiro. Todavia, minha experiência de pesquisa concorre para a tese de Santos et al. (2019), também apoiada por outras observações qualitativas como as de Nemer (2018), de que, diferente de bolhas que são geradas através dos algoritmos e padrões de uso quotidianos das mídias sociais, há, no caso em tela, uma assimetria e direcionalidade que, no desenrolar da rede, se combinam e se retroalimentam com os usos e ações espontâneos por parte das pessoas comuns. Essa direcionalidade pode ser observada de modo mais claro no plano meta-comunicativo ou sistêmico: por um lado, na montagem de um aparato midiático digital que corresse em paralelo às formas tradicionais de produção e disseminação da informação e conhecimento autorizados (como o jornalismo profissional, especialistas acadêmicos e outros formadores de opinião como artistas); e por outro, nos padrões discursivos recorrentes no conteúdo digital que circulava nesse aparato. Buscarei, no que segue, evidenciar este último ponto, sugerindo que a estruturação do conteúdo da campanha tanto oficial quanto não-oficial do candidato vitorioso em 2018 derivou, em alguma medida, de algum tipo de “ciência do populismo” (Cesarino, 2019a).

3. Teoria e prática do populismo

Inicialmente, a coleta de conteúdo se deu

de modo aleatório, e logo se impôs o desafio de organizar toda aquela massa de informação digital em algum tipo de esquema classificatório. Essa tarefa, aparentemente difícil devido ao grande volume do material, acabou se mostrando relativamente simples: alguns poucos padrões metacomunicativos foram emergindo rapidamente e de modo bastante intuitivo contra o pano de fundo da teoria do populismo de Laclau (2005) e Mouffe (2000). Praticamente a totalidade do conteúdo circulado pelo WhatsApp trazia padrões estruturantes que podiam ser associados aos pontos centrais da teoria – uma extraordinária coincidência que demandava, em si, uma explicação.

Laclau desenvolveu sua teoria com base no estudo histórico de populismos clássicos como o peronismo na Argentina, portanto, muito anteriores ao advento da Internet e das mídias digitais. Hoje, porém, o populismo deixou de ser uma aberração terceiro-mundista para se tornar fenômeno saliente na política democrática, tanto de esquerda como de direita, nos Estados Unidos e Europa (Gerbaudo, 2018; Brown, 2019). Com efeito, para Laclau (2005), o populismo não é definível por um tipo específico de conteúdo ideológico (esquerda ou direita) ou posição (avançada ou atrasada) numa escala de desenvolvimento democrático. Longe de ser uma anomalia ou degenerescência fadada a desaparecer com o progresso da civilização, o populismo é constitutivo de qualquer dinâmica política, podendo operar em contextos empíricos, ideológicos e históricos os mais diversos.

Laclau e Mouffe oferecem uma síntese original entre preocupações gramscianas com a produção de hegemonia na história e o estruturalismo de Ferdinand de Saussure e alguns de seus desdobramentos pós-estruturalistas. É este último eixo que, como aprofundi em outro lugar (Cesarino, no prelo b), permite aproximar sua teoria do populismo do plano analítico da cibernética. Os autores seguem, ainda, o teórico político antiliberal Carl Schmitt ao considerar

a dimensão do político como ontologicamente antagônica, ou seja, consistindo numa demarcação entre dois campos: o do amigo e o do inimigo. Noções como a esfera pública habermasiana, baseada em pressupostos da democracia enquanto diálogo, racionalidade e busca de convergência, não refletiriam para eles a realidade mais fundamental do político.

Para Mouffe (2000), a incapacidade da teoria política liberal de entender o populismo, e, portanto, a política, emana daquilo que ela chamou do paradoxo democrático. Ela nota como o Estado democrático de direito emergiu a partir da convergência tardia, no século XIX, entre duas correntes político-filosóficas separadas e em certos sentidos contraditórias entre si: o liberalismo, enfatizando o individualismo, a propriedade privada, o valor da liberdade e a *rule of law* (instituições); e a democracia, baseada na soberania popular (*we the people*), vontade geral e no valor da igualdade. Laclau e Mouffe falam, assim, de um *continuum* através do qual toda política moderna se desdobra, que vai de um tipo ideal de populismo a um tipo ideal de institucionalismo – nenhum dos quais existe de forma pura na realidade histórica. Assim, momentos de ascensão populista costumam ser acompanhados de fragilização institucional, e, inversamente, momentos de preponderância tecnocrática, ou pós-política (Mouffe, 2000), abafam o caráter antagonístico-populista da política.

Tipicamente, o mecanismo populista é colocado em operação por uma liderança carismática que emerge em contextos de insatisfação generalizada, alegando vir de fora do sistema e se colocando como paladino da ruptura e da mudança. A irrupção populista é como um “terremoto” que reacomoda a estrutura política como efeito do acúmulo de demandas não contempladas por parte de grupos sociais inicialmente desconectados entre si. Como descreve Laclau (2005), o que a liderança carismático-populista bem sucedida faz é, justamente,

articular essas demandas em uma “cadeia de equivalência” longa e inclusiva o suficiente para subsumir a heterogeneidade inicial numa identidade política comum, que ele chama de “povo” (que, no caso em tela, consistiu em uma maioria eleitoral). No processo de extensão da cadeia para os múltiplos grupos e indivíduos que compõem a sociedade, particularidades e diferenças entre eles são seletivamente excluídas em favor da mobilização de símbolos e palavras de ordem capazes de ligar todos ao líder.

Essa equivalência é construída através da mobilização de significantes vazios ou flutuantes,³ frequentemente envolvendo noções vagas de nação, ordem, segurança e mudança. Daí o caráter impreciso, redundante, simplificador, emotivo, “vazio” – em uma palavra, performativo (Cesarino, 2006) – do discurso populista: só assim é possível produzir equivalência entre uma ampla gama de particularidades. As ressonâncias desse tipo de discurso político com a linguagem da memética e outras dinâmicas próprias das redes sociais já foram notadas – por exemplo, a *hashtag* como significante vazio que articula “multidões” insatisfeitas *online*, e o “espírito transgressor” que faria das mídias digitais avenidas privilegiadas para “representar os não-representados” excluídos da grande mídia e do sistema político (Gerbaudo, 2018, p. 748). Há, todavia, diversos outros pontos – mais do que de afinidades, de co-constituição estrutural (Cesarino, no prelo b) – entre a dinâmica das redes sociais e a mecânica populista.

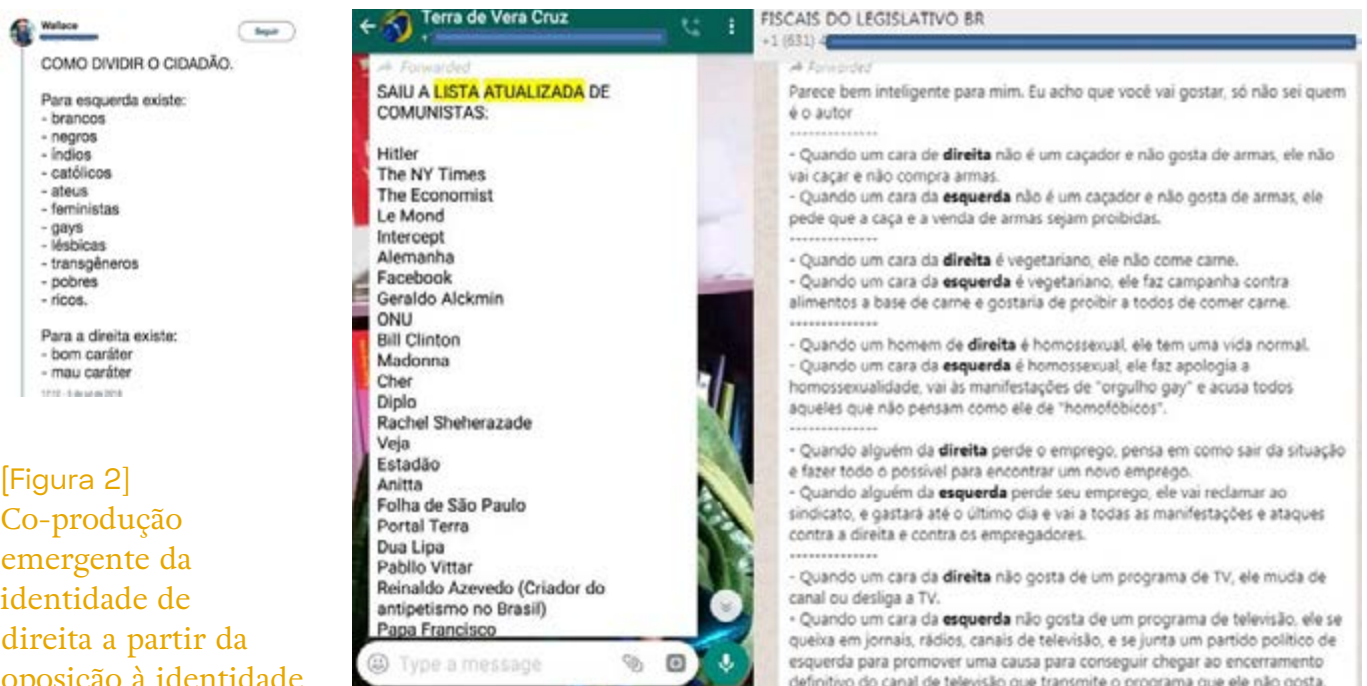
Um deles diz respeito ao modo como, para Laclau e Mouffe, as identidades políticas, individuais ou coletivas, não preexistem às relações que as constituem ou à sua nomeação enquanto tal⁴ – o que vai ao encontro de discussões sobre o modo como subjetividades são formadas através de perfis em mídias sociais (Malini, 2016). No caso do populismo, essa performatividade torna-se explícita a ponto de ser possível traçar, com relativa precisão, as táticas discursivas através das quais a identidade comum com o

“povo” é produzida pelo líder e seu aparato midiático (Cesarino, 2006). O mesmo vale para as identidades definíveis a partir do espectro político esquerda-direita, que, no caso brasileiro, vem sendo significativamente rearranjado no contexto antagonístico que levou à ruptura populista recente (Malini, Ciarelli & Medeiros, 2017; Solano, 2018).



[Figura 1] Reorganização do espectro político, a partir da qual um candidato que passou quase trinta anos no baixo clero do Congresso Nacional logra se colocar como alguém vindo de fora do sistema (por Luiz Philippe Orleans e Bragança, eleito deputado federal pelo PSL em 2018).

Além do eixo paradigmático ligando líder e povo, a extensão discursiva⁵ das cadeias de equivalência opera através de um eixo sintagmático que produz uma fronteira entre o que chamei do sistema líder-povo (Cesarino, no prelo b) e uma exterioridade constitutiva (Laclau, 2005) que opera como uma alteridade ameaçadora: nos termos de Schmitt, um inimigo. Para Laclau, no populismo, o antagonismo amigo-inimigo se sobrepõe a outra divisão, entre elite e povo, a partir da qual o líder alega representar os “de baixo” contra algum tipo de elite privilegiada, auto-interessada, hipócrita e/ou corrupta.



[Figura 2]
Co-produção emergente da identidade de direita a partir da oposição à identidade de esquerda em grupos públicos de WhatsApp (pós-eleição).

Embora o próprio Laclau não destaque este ponto, é importante que a figura do inimigo funcione também enquanto um perigo permanente à integridade do grupo e/ou da sua liderança. Essa virtualidade onipresente funciona como uma pressão externa que permite manter a coesão do sistema líder-povo, ainda que falte organicidade à sua base interna. Essa função é frequentemente desempenhada por rumores ou denúncias de risco à vida do líder e/ou de seus aliados, por parte de algum inimigo externo ou, às vezes, interno (infiltrados, traidores); ou por alegações de perseguição, acompanhadas de narrativas conspiratórias. A carta-testamento de Getúlio Vargas e a referência de Jânio Quadros a “forças terríveis” são exemplos paradigmáticos desse elemento na história brasileira. Na minha experiência de pesquisa, conteúdos desse tipo, que desempenhavam uma função principalmente mobilizadora, estiveram entre os mais circulados no WhatsApp durante a campanha eleitoral.

Outro aspecto essencial ao populismo, e minimizado pela teoria política liberal, diz respeito ao papel central dos afetos e paixões no comportamento e formação das identidades políticas. Há todo um complexo argumento psicanalítico embasando este eixo da teoria de Laclau (2005), baseado em Freud e Lacan, que não cabe recuperar aqui.⁶ Para nossos propósitos, é suficiente notar que o líder populista constrói o povo principalmente através de apelos emotivos, estéticos, morais, que podem ser tanto positivos (esperança, desejo de ordem, de justiça ou de mudança) quanto negativos (ódio ao inimigo, ressentimento, revanchismo, decepção). É aqui que o carisma pessoal do líder assume importância, normalmente acompanhado de algum tipo de culto à personalidade. No populismo digital, agências não-humanas, como “algoritmos emocionais”, passam a desempenhar parte importante dessa função mobilizadora, ou de produção de equivalência, por meio de afetos (Malini, Ciarelli & Medeiros, 2017).

É por isso que julgamentos políticos dentro do mecanismo populista parecem simples e reducionistas, pois baseados em emoções,



[Figura 3] Fontes originais do carisma: anti-politicamente correto e espontaneidade.

juízos morais e estéticos e numa escolha binária entre amigo e inimigo. Mas é justamente essa simplicidade que permite o alargamento inigualável da mobilização do tipo populista, pois ela não tem como condição de possibilidade nenhum tipo de educação política no sentido específico: as pessoas fazem seus julgamentos através dos mesmos parâmetros utilizados em situações da vida cotidiana. Daí também a crescente confusão de fronteiras, a ser destacada na seção conclusiva, entre a política e outras esferas sociais.

Finalmente, cabe notar que tanto a ruptura populista quanto a sua posterior rotinização enquanto governo têm como pré-condição a mobilização e o controle bem-sucedido de certas mídias por parte do líder, através das quais ele busca assegurar acesso direto, exclusivo e contínuo aos seus seguidores. O líder populista constrói o povo através de mediações diversas, que, no passado, envolviam principalmente mídias analógicas como jornais, rádio e televisão, bem como contágio através de mídias informais como rumores ou em situações de efervescência coletiva (multidões). Talvez a

mais conhecida mídia desse tipo seja a Voz do Brasil, canal radiofônico obrigatório ligando diretamente (e unidirecionalmente) líder e povo, estabelecido durante o processo de rotinização do populismo de Getúlio Vargas. Neste ponto, é possível perguntar em que medida o caráter digital das mídias mobilizadas pelas lideranças populistas contemporâneas introduz uma ruptura com a tradição populista pregressa. Algumas dessas possíveis inovações serão destacadas a seguir, através de conceitos da cibernética e teorias de sistemas.

4. Populismo digital e a perspectiva cibernética

Além de evidenciar como o conteúdo da campanha Bolsonaro nas redes se estruturou com base em padrões discursivos descritos pela teoria do populismo, o presente estudo busca aproximar a seguinte questão: o que ocorre com a mecânica e efeitos do populismo quando ele passa a operar cada vez mais por

meio de mídias digitais? Proponho que pensar a digitalização do populismo passa por combinar a teoria de Laclau e Mouffe com elementos da cibernética e teorias de sistemas. O próprio Laclau foi bastante influenciado por Saussure e pelo pós-estruturalismo de Derrida e Lacan, e sua glosa da hegemonia gramsciana passa por este prisma. Além disso, as próprias ciências e engenharias da computação e do digital têm um ponto de origem histórico comum com as diversas teorias estruturalistas e de sistemas: a cibernética dos anos 1940 (Cesarino, no prelo b). Não por acaso, na análise do *modus operandi* do populismo digital, é possível identificar mecanismos clássicos descritos por autores explícita ou implicitamente ligados a perspectivas de sistemas, como Gregory Bateson (1972), Niklas Luhmann (1995) e Mary Douglas (2002).

Entre as características do populismo que encontram ressonância com mecanismos descritos em abordagens de sistemas estão o seu caráter relacional, binário, reducionista, performativo, neguentrópico, eficaz e, a depender da situação, autopoietico. Partindo da teoria de sistemas de Luhmann (1995), por exemplo, é possível entendê-lo como um mecanismo de redução da complexidade baseado em um código binário amigo-inimigo, que visa agregar e estabilizar um sistema líder-povo isolado de um entorno potencialmente ameaçador (Cesarino, no prelo b). A cadeia de equivalência de Laclau é essencialmente um processo desse tipo, onde demandas e interesses heterogêneos são reduzidos a um denominador comum: um significante vazio negativo (i.e., que produz a fronteira do grupo através da oposição a um inimigo externo) ou positivo (i.e., que produz a integração do grupo através da equivalência entre líder e povo).

No contexto contemporâneo, a eficácia dos significantes vazios (Laclau, 2005) é ainda potencializada pela maleabilidade extrema do digital, bem como pela produtividade recursiva dos conteúdos produzidos pelos próprios



[Figura 4] Duplo mecanismo de redução da complexidade: eixo da equivalência (“todo o Brasil”, verde-e-amarelo) e da diferença (“contra o PT”, afetos de raiva).

usuários, que formam a base do atual modelo de negócios das mídias sociais (Marres, 2018; Mirowski, 2019). Durante a campanha, a eficácia flutuante do “*kit gay*” foi especialmente reveladora desse aspecto: qualquer um podia cortar, colar, montar (gravar um vídeo, um áudio) e compartilhar sua própria versão caseira desse signo do inimigo. Nas redes bolsonaristas, o *kit gay* circulou como puro significante (no sentido de Saussure), a ponto de perder qualquer conexão com um referente concreto. Ninguém nunca viu o *kit gay* original, e, não obstante, enquanto significante flutuante ele produziu efeitos reais sobre o eleitorado (Kalil et al., 2018).

Como nos sistemas com fechamento operacional de Luhmann (1995), o processo de redução da complexidade é necessariamente seletivo. No eixo da equivalência, elementos particulares das múltiplas demandas são excluídos em favor de características mais amplas e vagas que possam articulá-las entre si (Laclau, 2005) – processo análogo à formação de *online crowds* através de *hashtags* e outras dinâmicas agregadoras das mídias sociais que expandem as conexões à custa da simplificação do conteúdo (Malini, Ciarelli & Medeiros, 2017; Gerbaudo, 2018).

Um ponto pouco desenvolvido por Laclau, que é central ao populismo em sua versão digital, diz respeito à estrutura multiescalar e aninhada desse tipo de sistema (Luhmann, 1995). Como minhas observações e de outros (Kalil et



[Figura 5] Diferentes versões cut-and-paste do significativo flutuante “kit gay” circuladas em redes bolsonaristas durante a campanha eleitoral.

al., 2018; Nemer, 2018; dos Santos et al., 2019) sugerem, a campanha digital de Bolsonaro operou através de uma estrutura segmentar análoga à descrita pelo antropólogo britânico Edward Evans-Pritchard (2013): ao mesmo tempo que visava efeitos de microdirecionamento a perfis de eleitores específicos, era capaz de manter uma unidade virtual no “topo”. A imagem do candidato, ao mesmo tempo unitária e fragmentada – nos termos lévi-straussianos de Kalil et al. (2018), caleidoscópica –, circulou no WhatsApp através de uma topologia, estrategicamente construída, de “redes policêntricas segmentadas e integradas” do tipo “hidra” (Santos et al., 2019). Esse padrão caleidoscópico e segmentar, que se vale de *affordances* (Gibson, 1986) digitais próprias do WhatsApp e da ecologia de mídias mais ampla em que o aplicativo se insere, introduz, a meu ver, uma inovação importante com relação ao populismo analógico (Cesarino, 2019b).

Já no eixo da diferença, elementos externos ao sistema líder-povo (como fatos noticiados pela imprensa, análises feitas por especialistas ou contestações levantadas pela oposição) só eram interiorizados enquanto informação significativa mediante sua redução ao código

binário amigo-inimigo delimitador da fronteira entre o sistema e seu entorno. Aquele que foi selecionado pelo líder como seu antagonista participou do sistema, portanto, enquanto exterioridade constitutiva (nos termos de Laclau) ou enquanto ambiente ou entorno (nos termos de Luhmann). Nas eleições de 2018, essa posição estrutural se ancorou na figura imediata de um dos candidatos – Fernando Haddad – mas também flutuou amplamente enquanto Lula, PT, Jean Willys, comunismo, militância, resistência, globalismo, velha política... numa série paradigmática (no sentido de Saussure) virtualmente inesgotável.



[Figura 6] Significante vazio do inimigo flutua a partir de uma divisão binária inicial: bandido, vagabundo versus cidadão de bem. Memética exorta o usuário a escolher um lado e a definir o voto com base em imagens.

Mas embora o adversário só penetre no sistema líder-povo mediante sua redução ao código binário amigo-inimigo, no período eleitoral ele operou como uma exterioridade ativa, pois suas reações ao mecanismo populista tenderam a retroalimentá-lo, estabilizando um padrão relacional similar ao que Bateson chamou de cismogênese simétrica (Bateson, 1972; Karczeski, 2018). Ou seja, as reações do inimigo às ações da liderança populista, e vice-versa, geraram uma escalada progressiva da divisão entre os dois polos que foi instrumental para promover o candidato do PSL de deputado alegórico e inexpressivo a novo salvador da pátria (Malini, Ciarelli & Medeiros, 2017). O aspecto simétrico do antagonismo amigo-inimigo foi central neste processo, pois parte da eficácia do mecanismo populista adveio da canibalização e inversão (Laclau, 2005) de enunciados e ações do oponente. Esse aspecto foi estruturante de boa parte da memética da campanha Bolsonaro, e era ocasionalmente explicitado enquanto “jogar o feitiço contra o feiticeiro” ou “dançar conforme a sua música”.



[Figura 7] Espelhamento estético e inversão esquerda-direita. Canibalização da palavra de ordem feminista “lute como uma garota”.

A perspectiva de sistemas permite, ainda, lançar luz sobre outro ponto que se mostrou central no caso em tela: a temporalidade da mobilização populista.⁷ Havia um aspecto

rítmico evidente no aparato mobilizador do populismo digital, notadamente o *firehosing* diário de conteúdos compartilhados via WhatsApp.⁸ Além disso, o ritmo da mobilização era impregnado pelo próprio conteúdo. Eram bastante frequentes, por exemplo, áudios supostamente gravados por alguém relevante, mas que se passavam por alguém relevante (um procurador da república, um funcionário de embaixada, um empregado de alguma empresa da grande mídia) trazendo “fatos” exclusivos ou narrativas alarmistas. Textões ou vídeos alertavam as pessoas para algum tipo de ameaça ou complô em andamento, fosse por parte do Partido dos Trabalhadores (PT), do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), ou mesmo de entidades “terroristas” internacionais como o Hezbollah e as Farc.

Outro ponto de convergência com as teorias de sistemas diz respeito à questão da eficácia, ou da verdade, como efeito performativo *a posteriori* às relações. Muitos são os desdobramentos possíveis desse ponto, em especial no que tange à co-produção contemporânea entre mídias digitais, neoliberalismo, pós-verdade e neopopulismos (Mirowski, 2019; Cesarino, no prelo b); porém, eles estão além do escopo da presente análise. Aqui, basta notar que, como nos sistemas, a eficácia é intrínseca à própria definição do populismo: ou o líder é eficaz na construção do “povo”, ou não é uma liderança populista no sentido próprio do termo. Assim, ainda que alguns dos padrões e táticas aqui analisados possam ser encontrados nas campanhas digitais de outros candidatos em 2018 e mesmo antes, a eficácia – que, neste contexto, era eleitoral – esteve inequivocamente do lado do candidato do PSL.

Finalmente, chegamos ao que vejo como o principal elemento diferencial da eficácia do populismo em sua modalidade digital: sua topologia fractal. Se na sua versão analógica a eficácia do populismo dependia pesadamente do carisma pessoal do líder, em especial sua



[Figura 8] Mobilização permanente através de ameaças potenciais.

capacidade oratória (Cesarino, 2006), na versão digital o líder distribui o próprio mecanismo populista para seus seguidores, que passam a reproduzi-lo de modo espontâneo. Essa fractalização, que potencializa de modo inédito a capilaridade do mecanismo populista, é propiciada – no sentido da *affordance* de Gibson

(1986) – pelo caráter propriamente digital das mídias sociais: em especial, sua capacidade de, por um lado, produzir equivalência entre indivíduos originalmente desconectados entre si, e, por outro, produzir diferença e polarização através de bolhas digitais (Gerbaudo, 2018). O avanço da fractalização pela via digital se dá, sugiro, na mesma escala em que opera o mecanismo populista segundo Laclau: num plano metacomunicativo e em larga medida subconsciente, que Bateson (1972) chamaria de deuter-aprendizado. Trata-se, portanto, de uma nova realidade, que complica sobremaneira dicotomias como individual-coletivo, liberdade-controle ou espontaneidade-manipulação (Horst & Miller, 2012; Malini, 2016). Em contraste com o pleito presidencial anterior, uma hipótese é que, em 2018, essa potência fractalizadora tenha sido intensificada pela massificação dos *smartphones* e seus aplicativos sociais, notadamente o WhatsApp.

Mas, no caso em tela, o impulso decisivo para a explosão do processo de fractalização foi contingente: o atentado a faca sofrido pelo candidato ainda durante a campanha para o primeiro turno. A partir deste momento, formou-se o que chamei de “corpo digital do rei” (Cesarino, 2019b), numa analogia com a tese clássica de Ernst Kantorowicz (1998) sobre teologia política medieval.⁹ No contexto republicano, onde a fonte da soberania é secularizada de Deus para o povo, o corpo físico debilitado do candidato foi substituído por um *corpus politicum* formado por seus eleitores, que passaram a fazer a campanha no seu lugar. Os “marqueteiros do Jair” depois flutuaram enquanto “fiscais do Jair”, “escudo do Jair”, “exército do Jair” e, depois da posse, a “base parlamentar do Jair” (Figura 20) – os próprios usuários incorporaram o mecanismo populista e passaram a (re)produzir seus padrões de linguagem digital. Em outras palavras, as mídias digitais bolsonaristas não são apenas um veículo de comunicação entre líder e povo enquanto emissário e

receptor dados de antemão: elas *são* o sistema líder-povo. Tanto líder quanto povo se co-constituem recursivamente em e através desse aparato digital: um tipo de mediação que produz o efeito paradoxal de uma ausência de mediação (Mazzarella, 2019); uma topologia assimétrica que se quer horizontal (Marres, 2018); um direcionamento discursivo que prolifera enquanto espontaneidade (Santos et al., 2019).



[Figura 9] Fractalização do mecanismo populista forma o “corpo digital do rei”.

Como se nota no *print screen* de um dos grupos de WhatsApp trazido acima, a fractalização se apoia na (falsa) experiência, propiciada pelas mídias sociais, de que o eleitor comum teria

uma relação não-mediada com a liderança. Isso é observado na expectativa, demonstrada por muitos usuários ativos nessas redes, de que se está apenas a um *tweet*, um *post*, um compartilhamento do *smartphone* do líder ou de alguém do seu entorno (como os filhos ou algum ministro). O próprio presidente alimenta regularmente essa expectativa, ao postar no Twitter ou Facebook que tomou uma decisão oficial depois de ouvir pedidos de algum de seus apoiadores em suas redes.

Vai se disseminando, por este meio, uma ilusão de que intermediários como instituições e especialistas são desnecessários, ou mesmo prejudiciais, ao processo democrático (Cesarino, 2019b; Cesarino, no prelo b) – que passaria a se resumir, como o presidente eleito colocou em sua cerimônia de diplomação, a uma relação “direta” entre líder e povo. O polo institucionalista do espectro democrático descrito por Mouffe (2000) é assim esvaziado em favor do polo populista, a ponto de a democracia ser equacionada simplesmente à vontade do povo, incorporada no líder e que deve ser implementada contra tudo e todos, inclusive contra o sistema institucional de pesos e contrapesos.



[Figura 10] Binarismo antagonístico projetado para a relação entre o polo institucionalista (“três poderes”) e o polo da soberania popular (“povo unido”) nas manifestações pró-governo de 26/05/2019.

Por fim, cabe notar a conexão estreita entre o que se convencionou chamar de pós-verdade e o populismo digital – algo que discuto mais detalhadamente em outro lugar (Cesarino, no prelo a; Cesarino, no prelo b; Waisbord, 2018). Desde o início da campanha eleitoral, o mecanismo populista bolsonarista buscou limitar o acesso do “povo” a uma esfera pública de caráter mais aberto e pluralista, bem como a estruturas tradicionais de produção de conhecimento autorizado. Foram muitos e variados os conteúdos direcionados à deslegitimação da imprensa profissional e de especialistas. Numa das notáveis inversões de que falou Laclau (2005), as mídias sociais, e em especial o WhatsApp, se tornaram o domínio da verdade e da liberdade de expressão, enquanto a esfera pública passou a ser condenada como o lócus de *fakes* e manipulações. Nesse contexto, torna-se cada vez mais difícil diferenciar mídia centralizada e oficial de mídia informal e descentralizada; discernir verdades de rumores; fatos de conspirações. Acredito que esta seja uma das bases da eficácia da campanha de Bolsonaro, que operou aquilo que Jean e John Comaroff (2004) chamaram de “dialética da produção e redução” da desordem: bolhas digitais que, por um lado, produziam entropia (desordem informacional) para, por outro, oferecer um discurso agregador do tipo populista que promettesse imprimir ordem à desordem.

5. Des/ordem e populismo

O caso brasileiro é, em muitos sentidos, quase um exemplo de livro-texto da teoria de Laclau e Mouffe. Nos últimos anos, o processo de transformação de uma multidão insatisfeita heterogênea, que se formou espontaneamente em reação a uma sensação difusa de crise e desordem, no “povo” que formaria a base eleitoral da liderança que alegava vir de fora do sistema

para reinstaurar a ordem em novas bases, seguiu uma progressão bem nítida. Ela é evidente inclusive na estética dos movimentos de rua: começando com os protestos difusos reivindicando “demandas sociais” de 2013 (Malini, 2016, p. 28), que foram gradualmente ganhando uma estrutura antagonística mais clara através dos movimentos anticorrupção e pró-*impeachment* em 2015 e 2016 (Recuero, Zago & Soares, 2017; Malini, Ciarelli & Medeiros, 2017; Solano, 2018), alcançando a sua forma final com a unificação pela liderança populista em 2018 (Ortellado & Ribeiro, 2018; Kalil et al., 2018).

A “realidade” da crise que propicia a irrupção bem sucedida do líder carismático está sujeita às mesmas mediações em jogo na mecânica populista. Certos tipos de conteúdo que costumavam “vazar” nos grupos de WhatsApp pró-Bolsonaro tanto antes quanto depois da eleição deixam entrever que a própria percepção de crise que ensejou a ruptura populista também vem sendo, em alguma medida, performada digitalmente. Destacam-se, aqui, conteúdos “caseiros” ou repassados de outras mídias tematizando o caos na segurança pública e um esgarçamento radical da ordem moral: fotos de policiais, bandidos ou inocentes mortos, vídeos explícitos de violência e ofensas sendo cometidas (espancamentos, assaltos, vandalismo, tortura, estupros) e narrativas apócrifas sobre crimes noticiados na imprensa ou nas próprias mídias sociais, sobre justiça sendo feita ou não.¹⁰ Outra linha que chama atenção diz respeito a conteúdo pornográfico: fotos e vídeos de nudes ou sexo explícito, *links* para sites de pornografia ou prostituição *online*, às vezes compartilhados por celulares registrados no estrangeiro. Um terceiro tipo relativamente frequente refere-se a fraudes: usuários oferecendo a venda desde dinheiro e cartões de crédito falsos até carteiras de motorista, diplomas escolares e outros documentos fraudados. É comum que as próprias regras dos grupos tragam interdições a esse tipo de conteúdo – outro forte



Figura 11. Violência, pornografia, criptomoedas e fraudes nos grupos de WhatsApp.

indicativo de que sua presença nos celulares de muitos brasileiros seja comum.

É possível, portanto, que o WhatsApp e outros tipos de mídias digitais – como já vinham fazendo programas televisivos punitivistas – possam estar não apenas contribuindo para conformar uma percepção de crise (de segurança pública, corrupção, sexualidade e costumes), mas oferecendo uma gramática para a sua compreensão. Essa gramática parece acompanhar uma tendência mais geral, notada por inúmeros autores (Mouffe, 2000; Fraser, 2001; Comaroff & Comaroff, 2004; Wacquant, 2009), de moralização dos julgamentos políticos. Isso coaduna com o modo como opera a mecânica populista, que oferece a qualquer pessoa uma gramática simples – em especial, um binarismo moral entre pessoas boas e más – através da qual se atribui responsabilidade pelo caos social e, por consequência, se avalia as possíveis soluções (no caso, a liderança moralmente pura, representante direta do “cidadão de bem”).

Nesse contexto de crise e desordem, o que o mecanismo populista bem sucedido faz é, de

modo análogo aos *paradigm shifts* descritos por Thomas Kuhn (2006), reorganizar a experiência cognitiva em novas bases – bases estas que, alegando vir de fora do sistema, reivindicam a capacidade de purificá-lo. No caso do populismo, essa reorganização passa por uma série de inversões (Laclau, 2005), cuja proeminência se liga ao fato de rupturas populistas demarcarem e buscarem

reverter ciclos de hegemonia histórica. Neste sentido, pode-se dizer que a campanha e o governo Bolsonaro buscam uma reversão do ciclo hegemônico aberto com a redemocratização e a Constituição de 1988: daí a inversão radical da narrativa sobre 64, idolatria de torturadores reconhecidos, desmonte da legislação ambiental, indígena, de direitos humanos e de provisões de seguridade social instituídas pela constituinte. A esse respeito, há ainda um eixo analítico importante, mas que cabe apenas indicar aqui, tematizando a aliança, a partir dos anos 1970, entre setores conservadores (notadamente evangélicos) e os campeões da agenda neoliberal que vem se observando nos Estados Unidos (Cooper, 2017; Brown, 2019), e agora no Brasil, com o governo Bolsonaro.

No caso em tela, diversas inversões foram operadas através de noções também mobilizadas por outros populistas de direita pelo mundo, como “esquerda caviar” ou “socialista de iPhone”. Deste modo, a esquerda – agora alargada para abranger forças outrora de centro-direita – passou a ser associada a uma elite corrupta, hipócrita e auto-interessada,

enquanto a liderança emergente da versão brasileira da *alt right* americana passou a ser vista como representando o povo, os de baixo (através de símbolos recorrentes na memética como o relógio Casio e a caneta Bic). Essa mesma cadeia de equivalência foi progressivamente se estendendo, por exemplo, para o globalismo enquanto plano de dominação mundial e destruição da soberania dos estados-nação por uma suposta “elite global” liderada por George Soros.

2019b). Estas últimas foram, pelo contrário, amplamente mobilizadas pelo mecanismo populista para operar como o inimigo, ameaça ou elite corrupta: a “ditadura gayzista”, as “feminazis”, o MST “terrorista”, o movimento negro que se vitimiza e divide a sociedade. O que eram minorias oprimidas passaram a ser vistas com fonte de opressão e de cerceamento de liberdades, ou como segmentos indevidamente privilegiados – através de significantes vazios frequentes na memética como o da



Figura 12. Líder é como o “povo”: humilde e sem preconceitos. O inimigo (a “esquerda”) é elite hipócrita.

Outra inversão bem-sucedida partiu do anti-politicamente correto, que já vinha ganhando tração no mundo *online* (Gerbaudo, 2018) contrariando, e ao mesmo tempo espelhando, a militância feminista, LGBTIQ e outras pautas identitárias. A campanha Bolsonaro construiu parte da sua base eleitoral mobilizando indivíduos e grupos subalternos que não se reconheciam através da gramática das políticas de reconhecimento (Kalil et al., 2018; Cesarino,

“bolsa” (-travesti, -prostituta, -presidiário) ou, quando a mira estava voltada para artistas, a “Lei Rouanet”. Construiu-se, em oposição a essa concepção do inimigo, uma cadeia de equivalência articulada através de identidades vagas como indivíduos, cristãos, trabalhadores ou “patriotas”, colocados como preteridos ou oprimidos pela militância pelo direito à diferença.

O modo como o eleitorado feminino foi mobilizado pela campanha Bolsonaro na reta final do primeiro turno foi particularmente instrutivo da maneira como o mecanismo populista operacionalizou a sobreposição, descrita por Douglas (2002), entre classificações simbólicas baseadas em noções de pureza e impureza



[Figura 13] Memes contra a militância da “esquerda lacradora” e o “politicamente correto”.

e demarcações de fronteiras entre grupos. A construção de uma fronteira entre o dentro e o fora do sistema líder-povo se valeu largamente de uma gramática de limpeza e sujeira, ordem e desordem, beleza e feiura: desde noções mais sutis, como o bandido que deve ser “varrido” da coexistência com os homens de bem através do encarceramento ou da morte física, da corrupção que “contamina” a sociedade, até figuras bastante explícitas como a feminista que é feia, urina na rua e não tem noções básicas de higiene. O investimento discursivo neste eixo foi grande, como ficou evidente na declaração de

Eduardo Bolsonaro no dia seguinte ao #EleNão (“As mulheres de direita são muito mais bonitas do que as de esquerda. Não mostram o peito na rua e não defecam para protestar. Ou seja, as mulheres de direita são muito mais higiênicas que as da esquerda”) e em *jingles* de campanha como o Proibidão do Bolsonaro, de MC Reaça (“Dou pra CUT pão com mortadela / E pras feministas, ração na tigela / As mina de direita, são as *top* mais bela / Enquanto as de esquerda tem mais pelo que cadela”).



Figura 14. Binarismo antagonístico (bandido/cidadão de bem; preto-e-vermelho/verde-e-amarelo; ameaça/segurança) e técnica de espelhamento e inversão produzem nas usuárias afetos de repulsa visceral ao feminismo e às mulheres da esquerda.

Além de representar o establishment sujo que a liderança populista promete purificar, o inimigo externo opera como um perigo (Douglas, 2002) que ameaça a integridade do grupo e ajuda, assim, a manter sua coesão interna. As noções douglasianas de impureza e perigo também ajudam a entender por que, no populismo, a relação com a alteridade toma a forma não de um diálogo racional com um adversário legítimo, mas, na linha de Mouffe (2000), de uma relação afetiva e incorporada de repulsa, nojo e animosidade contra um inimigo que deve ser eliminado. A mesma



[Figura 15] Outros desdobramentos do mecanismo douglasiano: sujeira/limpeza; beleza/feiura; animalidade/humanidade; partes baixas/partes altas.

gramática foi extensivamente utilizada para endereçar outros domínios, como na série de memes abaixo:



Figura 16. Ordem / desordem; limpeza / bagunça; linearidade / confusão; segurança / perigo; verde e amarelo / vermelho e preto; 17 / 13.



Outro ponto diz respeito à inversão que se incorpora na própria figura da liderança carismático-populista – associada por Tania Luhrmann (2016), em uma análise da eleição de Trump, à questão também douglasiana do tabu. Embora o carisma pessoal de Jair Bolsonaro destoe de lideranças populistas históricas que dependiam pesadamente de seus dotes e personalidades individuais, como Perón ou mesmo Lula (Cesarino, 2006), ele logrou projetar para a sua base a imagem de um homem simples e honesto. O que a oposição via como despreparo e truculência, longe de serem entendidos como defeitos por seus eleitores, também passaram a ser lidos nessa chave, como evidências de alguém do povo que é igual a eles. Em outras palavras, o que eram vícios no contexto pré-populista (falta de formação acadêmica, experiência de gestão, conhecimento especializado, trato e linguagem formal, participação em debates qualificados) tornaram-se virtudes, e vice-versa. Ou, na versão teológica dessa inversão presenteada por seu apoiador, o pastor evangélico Silas Malafaia, no primeiro ato público de Bolsonaro após o resultado eleitoral (um culto na Assembleia de Deus Vitória em Cristo): “Deus não escolhe os capacitados; capacita os escolhidos”.

Por fim, o carisma pessoal de Jair Bolsonaro também foi propagado por meio de uma versão neoliberal de culto à personalidade, encapsulada na alcunha de “mito”. No mundo *online*, a imagem do candidato (e de Sergio Moro) figurava em vídeos e memes, ou em versões cartunísticas, misturada a de figuras heroicas como super-heróis ou soldados. Durante a campanha, Jair Bolsonaro tornou-se, num sentido muito concreto, uma marca, se transfigurando especialmente em camisetas vendidas em camelôs, lojas e websites.

Depois da eleição, essa tendência se desdobraria numa verdadeira indústria de empreendedores digitais de toda sorte. Para muitos dos militantes pró-Bolsonaro que tentam fazer dinheiro com canais do YouTube (que explodiram nos grupos de WhatsApp após a eleição) e múltiplas outras formas de monetização de cliques, palestras, livros e master classes, ativismo político e empreendedorismo se misturam. Longe de ser incidental, esse aspecto

parece ser central para compreender o apelo e sucesso da nova direita não apenas no Brasil, mas globalmente. Isso aponta para uma tendência emergente fundamental, e provavelmente duradoura: a redefinição do que se entende por política na era digital.

6. Considerações conclusivas: redefinindo a política na era digital

No campo da antropologia digital, uma problemática frequente diz respeito à confusão de fronteiras que tem acompanhado a digitalização crescente da vida em todas as suas facetas, desde as mais públicas até as mais íntimas (Horst & Miller, 2012). Com efeito, concluo sugerindo que, na campanha de 2018, houve uma diluição ainda mais acentuada das fronteiras entre a esfera político-eleitoral e outros domínios da vida, como o culto às celebridades, parentesco, religião, indústria do entretenimento (música, filmes, séries), esportes (futebol, lutas, clubes de tiro) e, em especial, a linguagem e as dinâmicas identitárias e de sociabilidade próprias das redes sociais. É frequente ouvir de eleitores de Jair Bolsonaro que eles não se interessavam por política até ele se candidatar à presidência – mas isso porque sua estratégia de campanha digital transformou radicalmente o que se entendia por política até então. O carisma digital e a simplicidade discursiva tanto da memética quanto do discurso populista, que foram a marca da sua campanha, fizeram com que qualquer um se sentisse à vontade e encorajado a participar da política nesses novos termos. O que era até então considerado a normatividade político-eleitoral foi ou relegado ao domínio do inimigo (a “velha política”) ou descontado como irrelevante ou obsoleto (debates enfadonhos com outros candidatos, planos de



Figura 17. Do meme para o offline: empreendedorismo digital e a “marca” Bolsonaro.

governo longos e em jargão burocrático, opiniões incompreensíveis de especialistas).

As analogias com o futebol são especialmente reveladoras dessas confusões de fronteiras – no caso, entre eleitor e torcedor. A julgar pela intensidade da mobilização e euforia observadas nos grupos de WhatsApp, atuar na campanha de Jair Bolsonaro foi para muitos como participar enquanto torcedor de um campeonato muito importante e competitivo – e curiosamente, a Copa da FIFA havia terminado dois meses antes da campanha começar. Possivelmente, não há situação em que a comunidade imaginada (Anderson, 1983) da nação brasileira emergja de modo mais explícito e intenso do que durante a copa: como na campanha, durante poucas semanas o país inteiro é tomado por uma efervescência extraordinária. Essa intensidade de mobilização é mantida através da expectativa de vitória, bem como do antagonismo com relação aos adversários – que, na partida final, assume o caráter binário também característico de um segundo turno eleitoral.

Como no futebol, na campanha de 2018 parecia impossível não estar em um dos dois lados – embora existisse, tal posição neutra ou ambígua tendia a ser mal vista (por exemplo, o termo acusatório “isento”, utilizado tanto à esquerda como à direita). Como o torcedor, o eleitor deseja não apenas estar do lado do vencedor, como se sente parte integrante da vitória. As ressonâncias com a ideia da torcida como o décimo segundo jogador foram muitas, e essa gramática continuou em operação após a eleição.

Além disso, comum durante a campanha foi uma desconfiança generalizada com relação ao árbitro do jogo, notadamente as suspeitas lançadas contra o próprio sistema eleitoral, em especial a confiabilidade das urnas eletrônicas (Ortellado & Ribeiro, 2018). Também como no futebol, o antagonismo contra torcedores do outro time ou contra o árbitro

Ernesto Araújo - Sep 28, 2018 - 3 min read

Acorda e luta!

Acorda, liberal!

Sai da cama, conservador!

Você pretende ficar neutro, assistindo à batalha pelo futuro do Brasil e comendo pipoca, como se estivesse vendo Croácia x Dinamarca?

Você tem algo mais importante a fazer do que salvar o seu país?

Quem se diz liberal e não está com Bolsonaro é porque não se importa com a liberdade, mas apenas com a sua própria imagem.

Quem se diz conservador e não está com Bolsonaro é porque só quer conservar sua própria convicção de superioridade moral.

O PT (Partido Terrorista) está se preparando para tomar o poder no Brasil.

Na véspera da I Guerra Mundial, o Secretário do Exterior britânico, Edward Grey, prevendo a catástrofe, disse a um amigo: “As luzes estão se apagando em toda a Europa. Não as veremos novamente em nossas vidas.”

No Brasil, se o PT ganhar, vai extinguir todas as luzes da decência e da liberdade, e não as veremos acesas novamente em nossas vidas.

Afaste por um momento o seu Ciro Gomes ou a sua Camilla Pitanga Interior, só por um momento, e tente entender as coisas com a sua própria cabeça liberal ou conservadora.

Fascista é o nome dado pelos comunistas a qualquer inimigo do regime de terror que o PT pretende instaurar ou reinstaurar no Brasil.

A sobrevivência do Brasil depende de você perder o medo de ser chamado de fascista.

Acorda, sai da cama e vem para a luta! É o Brasil que está jogando o jogo mais importante da sua vida.



Figura 18. Analogias futebolísticas durante a campanha (acima, excertos do blog de campanha de Ernesto Araújo “Metapolítica17”).



Figura 19. Os “marqueteiros do Jair” durante a campanha eleitoral se transformam, após a posse, na “base parlamentar” do presidente, representada por símbolos da seleção de futebol.

podia ocasionalmente se converter em violência verbal ou mesmo física. A atitude de violência sublimada em jocosidade típica do *ethos* futebolístico consolidou-se em alguns dos *slogans* populares da campanha do PSL, como “é bom jair se acostumando” e “chora que dói menos”.

Após o resultado eleitoral, não foram poucas as menções na mídia a analogias entre as comemorações da vitória de Bolsonaro com uma vitória final da seleção (inclusive, devido à coincidência das cores, alguns dos *fakes* que mais circularam traziam fotos de agremiações de rua durante a copa como se fossem manifestações a favor do candidato). Proliferaram acusações de que os perdedores estariam “torcendo contra” o novo governo, negando assim à oposição seu papel legítimo em um regime democrático. Após a eleição, o ritmo de mobilização intensa nas redes sociais, inclusive no WhatsApp, a princípio se arrefeceu (Santos et al., 2019; Nemer, 2019). Porém, houve uma reorganização no sentido de manter redes de “informação” sobre o novo governo, como ocorre ao longo do ano com as mídias permanentes que informam e debatem os campeonatos e a situação dos clubes. Como no futebol, a digitalização

crescente da política tem levado o cidadão comum a se sentir cada vez mais qualificado para dar uma opinião autorizada sobre os fatos – o que converge com a ascensão de epistemologias “populares” em contextos de pós-verdade e crise do sistema de peritos (Cesarino, no prelo a; Cesarino, no prelo b).¹¹

Finalmente, vale destacar que um dos

golpes de mestre da campanha Bolsonaro foi incorporar como seu símbolo maior a camisa canarinho, já apropriada para a direita pelo antipetismo dos anos anteriores. Desde o início, a campanha do PSL contrapôs o verde-e-amarelo ao vermelho do PT, do MST, do comunismo, como se o que ele representasse não fosse parte legítima da nação brasileira: “nossa bandeira nunca será vermelha”. “Esquerdistas” eram repetidamente exortados a deixar a nação, para Cuba ou para a Venezuela. Isso ficou claro especialmente no segundo turno, quando a campanha Haddad substituiu o vermelho por uma simbologia verde, amarela e azul – o que foi alvo de intensa ridicularização no WhatsApp por parte dos eleitores de Bolsonaro, que já se consideravam donos da simbologia nacional. Como vimos aqui, a simbologia das cores e outros elementos estéticos estão longe de ser apenas cosméticos, visto que a mobilização do tipo populista opera em larga medida através de significantes vazios, no plano subconsciente dos afetos. Dentro de um quadro cismogênico avançado como foi o caso da campanha de 2018, a simples visão de uma blusa amarela ou vermelha era capaz de evocar raiva ou indignação,

como camisas de times adversários antes ou depois de um clássico muito disputado.

Diante da radicalidade da ruptura populista observada nas eleições brasileiras de 2018, é preciso concluir apontando duas recursividades importantes implicadas na digitalização crescente da política. Em primeiro lugar, há, na campanha digital de Bolsonaro e em outras como a de Trump, uma recursividade evidente entre teoria e prática do populismo. Em outras palavras, a notável regularidade e consistência dos padrões discursivos do tipo populista observados no universo de conteúdo digital analisado indicam, mais do que a capacidade da teoria de “explicar” a empiria, que é a prática político-eleitoral que vem sendo moldada por algum tipo de “ciência do populismo” (Cesarino, 2019a). Se ela passa especifi-



Figura 20. Contraste entre o vermelho e o verde-e-amarelo metaforiza o ataque à faca sofrido por Bolsonaro como um ataque ao Brasil por parte dos mesmos inimigos.

camente por Laclau, é impossível dizer – não obstante fatos inusitados como a menção a este autor no *blog* de campanha do chanceler Ernesto Araújo.¹² Pode ser que passe pela notória conexão entre Eduardo Bolsonaro e o ex-estrategista da campanha Trump e ex-diretor

da Cambridge Analytica, Steve Bannon, e possivelmente também por técnicas de *marketing* digital e táticas militares de guerra híbrida que ecoam muitos dos padrões metacomunicativos identificados acima (Kalil et al., 2018; Leiner & Dominici, 2019).

Em segundo lugar, como outros também têm notado, é preciso reconhecer a profundidade dos efeitos da digitalização da política apontados aqui. A arquitetura digital das mídias sociais, conforme ela se configurou nos termos dos modelos de negócios das grandes empresas do setor (Marres, 2018; Santos et al, 2019), opera por meio de ciclos cibernéticos cada vez mais capilares que incidem de modo profundo sobre as subjetividades, afetos e visões de mundo dos usuários (Mirowski, 2019; Marres, 2018; Gerbaudo, 2018; Malini, 2016). Neste sentido, o fato de o mecanismo populista continuar operando mesmo após a campanha pode produzir efeitos duradouros sobre as sensibilidades políticas dos cidadãos, e por conseguinte, sobre os próprios alicerces do estado democrático de direito tal qual o conhecemos – que, como notou Mouffe (2000), depende de um delicado equilíbrio e sistema de pesos e contrapesos entre os polos opostos da institucionalidade e da soberania popular.

Bibliografia

- Anderson, B. (1983). *Imagined communities: reflections on the origin and spread of nationalism*. Londres: Verso.
- Araújo, E. (2018). Linha de transmissão. Acessado em 22 de junho de 2019, disponível em <https://www.metapoliticabrasil.com/blog/linha-de-transmissao>
- Bateson, G. (1972). *Steps to an ecology of mind*. Chicago: Chicago University Press.
- Benites, A. (2018). A máquina de “fake news” nos grupos a favor de Bolsonaro no WhatsApp. Acessado em 22 de junho de 2019, disponível em https://brasil.elpais.com/brasil/2018/09/26/politica/1537997311_859341.html
- Brown, W. (2019). *In the ruins of neoliberalism: the rise of antidemocratic politics in the West*. Nova Iorque: Columbia University Press.
- Cadwallard, C. (2017). The great British Brexit robbery: how our democracy was hijacked. Acessado em 18 de setembro de 2019, disponível em <https://www.theguardian.com/technology/2017/may/07/the-great-british-brexite-robbery-hijacked-democracy>
- Cesarino, L. (2006). “Hoje é o dia do reencontro do Brasil consigo mesmo”: a (re)construção ritual do vínculo representativo na posse de Lula. *Anuário Antropológico*, 2006, 179-198.
- Cesarino, L. (2019a). On digital populism in Brazil. Acessado em 18 de setembro de 2019, disponível em <https://polarjournal.org/2019/04/15/on-jair-bolsonaros-digital-populism/>
- Cesarino, L. (2019b). Identidade e representação no bolsonarismo: corpo digital do rei, bivalência conservadorismo-neoliberalismo e pessoa fractal. *Revista de Antropologia (USP)*, 62(3), 530-557.
- Cesarino, L. (no prelo a). What the Brazilian 2018 elections tell us about post-truth in the neoliberal-digital era. *Cultural Anthropology – Hot spots*.
- Cesarino, L. (no prelo b). Pós-verdade: uma explicação cibernética. *Ilha: Revista de Antropologia (UFSC)*.
- Comaroff, J. & Comaroff, J. (2004). Criminal obsessions, after Foucault: postcoloniality, policing, and the metaphysics of disorder. *Critical Inquiry*, 30(4), 800-824.
- Cooper, M. (2017). *Family values: between neoliberalism and the new social conservatism*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Douglas, M. (2002). *Purity and danger: an analysis of concepts of pollution and taboo*. Nova Iorque: Routledge.
- Evans-Pritchard, E. (2013). *Os nuer*. São Paulo: Perspectiva.
- Fraser, N. (1997). From redistribution to recognition? Dilemmas of justice in a “postsocialist” age. *New Left Review*, 1(212), 68-93.
- Gerbaudo, P. (2018). Social media and populism: an elective affinity? *Media, Culture & Society*, 40, 5, 1-9.
- Gibson, J. (1986) The theory of affordances, In: *The Ecological Approach to Visual Perception*. New Jersey: Lawrence Erlbaum, 127-137.
- Harding, S. (1991). Representing fundamentalism: the problem of the repugnant cultural other. *Social Research*, 58(2), 373-393.
- Horst, H. & Miller, D. (2012). *Digital anthropology*. Londres: Berg.

- Kalil, I. (2018) *O que são e no que acreditam os eleitores de Jair Bolsonaro*. Relatório do Núcleo de Etnografia Urbana e Audiovisual (NEU) da FESPSP. Acessado em 18 de setembro de 2019, disponível em <https://www.fespsp.org.br/upload/usersfiles/2018/Relat%C3%B3rio%20para%20Site%20FESPSP.pdf>
- Kantorowicz, E. (1998). *Os dois corpos do rei: um estudo sobre a teologia política medieval*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Karczeski, L. (2018). *Mulheres em (des)associação: um estudo antropológico sobre os mecanismos de formação das “bolhas” pró e contra Bolsonaro no Facebook*. Trabalho de Conclusão de Curso, Ciências Sociais, UFSC.
- Kuhn, T. (2006). *A estrutura das revoluções científicas*. São Paulo: Perspectiva.
- Laclau, E. (2005). *On populist reason*. Londres: Verso.
- Leiner, P. & Dominici, T. (2019). Caminho de Bolsonaro ao poder seguiu “lógica da guerra”, diz antropólogo que estuda militares. Acessado em 18 de setembro de 2019, disponível em <https://apublica.org/2019/04/caminho-de-bolsonaro-ao-poder-seguiu-logica-da-guerra-diz-antropologo-que-estuda-militares/>
- Lemos, A., Hous, D. & Passos, P. (2018) Sem rastro, WhatsApp pauta eleição de 2018. Acessado em 18 de setembro de 2019, disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/sem-rastro-whatapp-pauta-eleicao-de-2018.shtml>
- Luhmann, N. (1995). *Social systems*. Stanford: Stanford University Press.
- Luhrmann, T. (2016). The paradox of Donald Trump’s appeal. Acessado em 18 de setembro de 2019, disponível em <https://www.sapiens.org/culture/mary-douglas-donald-trump/>
- Malini, F., Ciarelli, P. & Medeiros, J. (2017). O sentimento político em redes sociais: big data, algoritmos e as emoções nos tweets sobre o impeachment de Dilma Rousseff. *Liinc em Revista*, 13(2), 323-342.
- Marres, N. (2018). Why we can’t have our facts back. *Engaging Science, Technology and Society*, 4, 423-443.
- Mazzarella, W. (2019). The anthropology of populism: beyond the liberal settlement? *Annual Review of Anthropology*, 48, 45-60.
- Mirowski, P. (2019). Hell is truth seen too late. *Boundary 2*, 46(1), 1-53.
- Mouffe, C. (2000). *The democratic paradox*. Londres: Verso.
- Nemer, D. (2018). Three types of WhatsApp users getting Brazil’s Jair Bolsonaro elected. Acessado em 24 de setembro, disponível em <https://www.theguardian.com/world/2018/oct/25/brazil-president-jair-bolsonaro-whatsapp-fake-news>
- Nemer, D. (2019). A radicalização invisível da direita brasileira no WhatsApp. Acessado em 24 de setembro, disponível em https://www.huffpostbrasil.com/entry/whatsapp-bolsonaro_br_5d5b5487e4b0d1e11366e0a9
- Ortellado, P. & Ribeiro, M. (2018). A campanha de Bolsonaro no Facebook: antissistêmica e conservadora, pouco liberal e nada nacionalista. *Monitor do Debate Político no Meio Digital*, Nota Técnica 3, 25 de setembro.
- Pasquini, P. (2018). 90% dos eleitores de Bolsonaro acreditaram em fake news, diz estudo. Acessado em 18 de setembro de 2019, disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/11/90-dos-eleitores-de-bolsonaro-acreditaram-em-fake-news-diz-estudo.shtml>

- Recuero, R., Zago, G. & Soares, F. (2017). Mídia social e filtros-bolha nas conversações políticas no Twitter. *Anais do XXVI Encontro Anual da COMPÓS*, São Paulo, 06 a 09 de junho de 2017.
- Santos, J. G., Freitas, M., Aldé, A., Santos, K. & Cunha, D. (2019). WhatsApp, política mobile e desinformação: a hidra nas eleições presidenciais de 2018. *Comunicação & Sociedade*, 41, 2, 307-334.
- Solano, E. (org.) (2018). *O ódio como política: a reinvenção das direitas no Brasil*. São Paulo: Boitempo.
- Spyer, J. (2017). *Social media in emergent Brazil: how the internet affects social mobility*. Londres: UCL Press.
- Tandoc, E.; Lim, Z. & Ling, R. (2018). Defining “fake news”. *Digital Journalism*, 6(2), 137-153
- Tardáguila, C., Benevenuto, F. & Ortellado, P. (2018). Fake news is poisoning Brazilian politics. WhatsApp can stop it. Acessado em 18 de setembro de 2019, disponível em <https://www.nytimes.com/2018/10/17/opinion/brazil-election-fake-news-whatsapp.html>
- Wacquant, L. (2009). *Punishing the poor: the neoliberal government of social insecurity*. Durham: Duke University Press.
- Waisbord, S. (2018). The elective affinity between post-truth communication and populist politics. *Communication Research and Practice*, 4(1), 17-34.

Notas finais

1 O termo é utilizado aqui para designar identidades políticas emergentes que se auto-declaram de “direita” – “liberal” ou “conservador” – no Brasil (Kalil et al., 2018; Solano, 2018).

2 Em 2018, havia 120 milhões de usuários de WhatsApp no Brasil (dos Santos et al., 2018), num universo de cerca de 160 milhões de adultos (segundo dados do IBGE). Durante o primeiro turno, o Instituto Datafolha levantou que 60% dos eleitores de Jair Bolsonaro se informavam pelo aplicativo – a maior proporção entre os candidatos (Lemos et al., 2018). Outra pesquisa, do BigData/Avaaz, apontou que 98,21% dos eleitores do candidato foram expostos a uma ou mais mensagens com conteúdo falso durante a eleição, e que 89,77% acreditaram que fossem verdadeiras (Pasquini, 2018). No Brasil, as operadoras trabalham com pacotes de dados grátis para WhatsApp, e as classes mais baixas costumam ter o celular como única forma de acesso à Internet (Spyer, 2017).

3 O conceito é de Ferdinand de Saussure. Na prática histórica, os significantes vazios são mobilizados enquanto significantes flutuantes, ou seja, cujo significado vai variando e sendo adaptado ao longo do processo de construção de hegemonia.

4 Nomeação é um conceito central de Lacan no qual se apóia Laclau (2005).

5 A noção de discurso remete especialmente a Wittgenstein, e não se limita a palavras e símbolos, mas inclui gestos e ações – o que quer que produza significado na interação social.

6 Laclau articula a discussão de Lacan sobre o “objeto a” à perspectiva de Gramsci sobre hegemonia, a partir de uma perspectiva multiescalar similar à da cibernética: aconteceria no plano da construção do self individual um processo análogo ao que se passa no plano da construção da identidade coletiva de povo.

7 Para Luhmann, a temporalidade não diz respeito à res extensa, ou ao “tempo vazio e homogêneo” de que falou Walter Benjamin, mas é imanente aos sistemas enquanto tais.

8 O firehosing é normalmente explicado por sua função diversionista. Aqui, tática populista e dinâmica algorítmica das redes sociais voltam a convergir, ao promover click-baits baseadas em conteúdos alarmistas e sensacionalistas (Marres, 2018; Tandoc et al., 2018).

9 Os dois corpos do rei traça as origens cristãs da duplicidade entre o corpo físico, mortal do indivíduo que ocupa a coroa (corpus naturale) e a coroa em si, o corpus politicum, espiritual e transcendente, fonte última da soberania baseada no direito divino.

10 A etnografia de Spyer (2017) identificou esse padrão de uso do Facebook e especialmente do WhatsApp entre os moradores de um povoado na Bahia, inclusive por parte do tráfico e de policiais locais. Muitos autores (Comaroff & Comaroff, 2004; Wacquant, 2009) notaram uma correlação estreita entre o crescimento do punitivismo legal e da agenda neoliberal – justamente, os dois pilares do governo Bolsonaro, representados pelos “superministros” Moro e Guedes.

11 Discuto em outro lugar (Cesarino, no prelo b) como o bolsonarismo tem avançado através dessas epistemologias emergentes, também propiciadas pelas mediações digitais: formas de verificação fundadas na experiência

pessoal e no retorno do “ver para crer”; em causalidades ocultas e narrativas conspiratórias; e na fronteira antagonística amigo-inimigo.

12 O nome de Ernesto Laclau aparece em um post de 27 de setembro de 2018 intitulado “Linha de transmissão”, onde Araújo (2018) tece uma curiosa cadeia de equivalência do inimigo que vai de Fernando Haddad até o “inferno”, passando por Lula, Maduro, Chávez e Laclau.