

Os propagandistas do ódio: o bolsonarismo-raiz em ação.

Este artigo visa elucidar os significados e os padrões recorrentes da agitação bolsonarista ao longo das eleições gerais de 2018, assim como os afetos políticos mobilizados na sua vitoriosa propaganda política. Empreendeu-se ao levantamento das postagens emitidas por 31 dos principais formadores de opinião e influenciadores digitais bolsonaristas nas suas páginas oficiais do Facebook e nos seus canais de YouTube, durante o período autorizado para propaganda eleitoral. O inventário das ideias-força, que se repetiram e sustentaram os seus discursos políticos no decurso de tempo em foco, configurou os seguintes campos semânticos: o *antipetismo*, o *conservadurismo moral*, a *exaltação do líder*, o *punitivismo* e o *neoliberalismo*. A propaganda eleitoral bolsonarista-raiz, enquanto técnica de psicologia de massas, avivou afetos centrais para a mobilização política – o ódio, o medo, o ressentimento e a idolatria –, os quais foram intensamente explorados pelos seus agitadores como resultado da combinação entre meios racionais e fins irracionais.

PALAVRAS-CHAVE: Bolsonarismo-raiz; propaganda eleitoral; agitadores; afetos políticos.

The propagandists of hate: Bolsonaro-rooted in action.

This article seeks to clarify the meanings and recurrent patterns of Bolsonaro-rooted agitation throughout the 2018 general elections, as well as the political affections mobilized in their victorious political propaganda. We undertook a survey of the posts issued by 31 of the main Bolsonaro opinion leaders and digital influencers on their official Facebook pages and YouTube channels during the authorized period for electoral propaganda. The inventory of the ideas-force that were repeated and sustained their political discourses during the time in focus, configured the following semantic fields: *antipetism*, *moral conservatism*, *leader exaltation*, *punitivism*, and *neoliberalism*. Bolsonaro-root electoral propaganda, as a technique of mass psychology, revived central affections for political mobilization – hate, fear, resentment, idolatry, and hope – which were intensely exploited by its agitators, as a result of the combination between rational means and irrational ends.

KEYWORDS: Bolsonaro-root; electoral propaganda; agitators; political affections.

DÉBORA MESSEMBERG

BRUNO CAMARGOS

Os propagandistas do ódio: o bolsonarismo-raiz em ação

INTRODUÇÃO

Desde 2015 que estamos a desenvolver pesquisas relacionadas com o avanço dos movimentos conservadores e de extrema-direita no Brasil. Inicialmente, dirigimos os nossos esforços para entender a cosmovisão dos principais formadores de opinião da massa de eleitores que foram para as ruas pedir a destituição da presidente Dilma Rousseff¹ e, posteriormente, daqueles que se identificam e dão suporte ao fenómeno político que vem a ser definido como bolsonarismo-raiz, entendido como a expressão privilegiada do radicalismo de direita na política brasileira.

As pesquisas iniciais já apontavam para um possível recrudescimento das ações de cunho fascista² no Brasil, na medida em que se configuravam claramente polarizações políticas acirradas, as quais inviabilizavam o diálogo democrático e impediam a construção de canais de mediação que possibilitassem a

1 Os resultados da primeira pesquisa estão publicados na revista *Sociedade e Estado* no artigo “A direita que saiu do armário: a cosmovisão dos formadores de opinião dos manifestantes de direita brasileiros”, ver Messenberg (2017).

2 O conceito de fascismo aqui empregado é compreendido nos termos definidos por Umberto Eco como “ur-fascismo ou fascismo eterno”, *Folha de S. Paulo – Caderno Mais!*, 14-05-95. Trata-se de uma “nebulosa” com características peculiares, mas que não constituem um sistema, podem muitas vezes contradizerem-se entre si e estão também presentes noutras formas de despotismo, são elas: 1) culto da tradição; 2) recusa da modernidade; 3) culto da ação pela ação; 4) não aceitação de críticas; 5) medo da diferença; 6) apelo às classes médias frustradas; 7) obsessão pelo complot; 8) sentimento de humilhação pela riqueza ostensiva e pela força do inimigo; 9) princípio da guerra permanente; 10) elitismo; 11) culto do heroísmo; 12) desdém pelas mulheres e condenação de hábitos sexuais não conformistas; 13) “populismo qualitativo”; 14) “novilingua”.

convivência respeitosa entre contrários. Sabemos, efetivamente, que esse é um caldo cultural ideal para a expansão de experiências autoritárias e para a procura de saídas despóticas.

Qual não foi então o nosso espanto quando, ao longo da campanha eleitoral de 2018, o prognóstico de acirramento dos posicionamentos fascistas na política brasileira não foi apenas confirmado nas urnas, mas o foi de forma avassaladora. Candidaturas apoiadas ou mesmo assumidas pelos formadores de opinião de extrema-direita analisados, que apresentavam discursos políticos avaliados como próximos a delírios de perseguição, foram amplamente recompensados com milhões de votos.

Os resultados das eleições gerais de 2018 reafirmaram a força da extrema-direita na sociedade brasileira. Foram eleições disruptivas não apenas por terem quebrado o eixo político-partidário que sustentava as disputas eleitorais entre o governo e a oposição durante a maior parte do período de redemocratização, mas por trazerem à cena política nacional, e de forma vitoriosa, personagens desconhecidas para a maioria do eleitorado. Candidaturas políticas tradicionais foram dizimadas, a Câmara dos Deputados (CD) e o Senado Federal (SF) apresentaram as maiores taxas de renovação desde a eleição da Assembleia Nacional Constituinte, em 1986 – respetivamente, 47,3% e 85% dos assentos em disputa foram ocupados por novos membros. A maioria dos governadores eleitos, bem como os campeões de votos em todas as instâncias legislativas das unidades federais mais populosas e ricas do país, construíram as suas candidaturas dependentes da retórica ou do alinhamento umbilical ao candidato à Presidência da República pelo Partido Social Liberal (PSL), Jair Messias Bolsonaro.³

3 A título de exemplo, cabe informar que Jair Bolsonaro ganhou as eleições presidenciais em 16 estados e em 21 das capitais brasileiras. O seu partido, o PSL, que conseguiu apenas um deputado nas eleições de 2014, tornou-se, em 2018, a segunda maior bancada na CD, com 52 deputados. Em São Paulo, o seu filho Eduardo Bolsonaro (PSL) obteve a maior votação da história para deputado federal no país (1 843 735 votos). Também filiadas no PSL, e fortemente alinhadas com Bolsonaro nessas eleições, encontravam-se as deputadas estadual e federal mais votadas da história brasileira: Janaina Paschoal (2 031 829 votos) e Joice Hasselmann (1 064 047 votos). Para o Senado Federal, o candidato mais votado foi igualmente do PSL, Major Olímpio, com 9 039 717 votos. Para governador de São Paulo foi eleito, na segunda volta, João Doria (Partido da Social Democracia Brasileira – PSDB), apelidado na campanha de “BolsoDoria”, com 51,75% dos votos. No Rio de Janeiro foi eleito para o governo de Estado, com 59,87% dos votos e na segunda volta, o desconhecido candidato Wilson Witzel (Partido Social Cristão – PSC), intimamente vinculado à família Bolsonaro. Para o Senado Federal e como representante do Rio de Janeiro, Flávio Bolsonaro (PSL) obteve o primeiro lugar, com 4 380 418 votos. O deputado federal mais votado no mesmo Estado foi Hélio Negão (PSL), com 345 234 votos, cujo codinome eleitoral utilizado na campanha foi “Hélio Bolsonaro” (fonte: TSE).

Tendo esse contexto em mente, este artigo procura apresentar e compreender os conteúdos semânticos presentes na vitoriosa propaganda eleitoral veiculada pelos principais formadores de opinião e pelos influenciadores digitais do que se denomina “bolsonarismo-raiz”, assim como os afetos mobilizados durante a campanha de 2018. Procura-se esclarecer a substância da técnica de psicologia de massas utilizada pelos radicais de direita no Brasil para fomentar a cumplicidade emocional entre os agitadores autoritários e a massa social descontente, aprofundando e nutrindo a “personalidade autoritária”⁴ espalhada pelo corpo social.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para a realização deste trabalho adotou-se uma estratégia metodológica baseada em trabalho de pesquisa que incluiu, num primeiro momento, a identificação dos principais formadores de opinião e dos influenciadores digitais que se envolveram intensamente na campanha eleitoral do então candidato Jair Bolsonaro, durante o período autorizado para a divulgação de propaganda eleitoral (16 de agosto até 26 de outubro de 2018), que apresentavam o maior número de seguidores no Facebook e nos seus canais de Youtube. Foram selecionados os seguintes formadores de opinião e influenciadores digitais: Jair Messias Bolsonaro (PSL); Wilson Witzel (PSC/RJ, governador eleito, primeiro mandato); Flávio Bolsonaro (PSL/RJ, senador eleito, primeiro mandato); deputados federais: Eduardo Bolsonaro (PSL/SP, segundo mandato); Marco Feliciano (Partido Liberal – PL/SP, terceiro mandato); Onyx Lorenzoni (Democratas – DEM/RS, quinto mandato); Delegado Waldir (PSL/GO, terceiro mandato); capitão Augusto (PL/SP, segundo mandato); Bia Kicis (PSL/DF, primeiro mandato); Carlos Jordy (PSL/RJ, primeiro mandato); sargento Fahur (Partido Social Democrático – PSD/PR, primeiro mandato); Paulo Martins (PSC/PR, primeiro mandato); Otoni de Paula (PSC/RJ, primeiro mandato); Carla Zambelli (PSL/SP, primeiro mandato); tenente Derrite (Partido Progressista – PP/SP, primeiro mandato); capitão Alberto Neto (Partido Republicano Brasileiro-PRB/AM, primeiro mandato); Felipe Barros (PSL/PR, primeiro mandato); Joice Hasselmann (PSL/SP, primeiro mandato); Hélio Negão (PSL/RJ, primeiro mandato); Luiz Philippe de Orleans e Bragança (PSL/SP, primeiro mandato);

4 O conceito de “personalidade autoritária” aqui adotado refere-se ao tipo antropológico autoritário definido por T. W. Adorno (2019), na sua obra com o mesmo título, cujas características gerais estão expostas na sua Escala F, englobando nove características centrais: 1) *conventionalismo*; 2) *submissão acrítica*; 3) *agressividade autoritária*; 4) *destruição e cinismo*; 5) *poder e rudeza*; 6) *superstição e estereotipia*; 7) *anti-intracção*; 8) *projetividade*; e 9) *preocupação exagerada com a sexualidade alheia*.

deputados estaduais: Rodrigo Amorim (PSL/RJ, primeiro mandato); Ana Campagnolo (PSL/SC, primeiro mandato); Arthur do Val (DEM/SP, primeiro mandato); vereadores: Carlos Bolsonaro (PSL/RJ, quinto mandato); Fernando Holiday (NOVO/SP, primeiro mandato); influenciadores digitais: Olavo de Carvalho (canal de YouTube Olavo de Carvalho); Nando Moura (canal de YouTube Nando Moura); Alan dos Santos (canal de YouTube Terça Livre); Sara Winter (Facebook); Bernardo Kuster (canal de YouTube Bernardo P. Kuster); e Silas Malafaia (canal de YouTube Silas Malafaia Oficial).

Na etapa seguinte, realizou-se o levantamento dos posts publicados ao longo da campanha eleitoral pelos 31 propagandistas bolsonaristas selecionados, nas suas próprias páginas das referidas plataformas. O “Facepager”,⁵ *software* de recolha de dados de redes sociais projetado especificamente para a extração de dados do Facebook, foi o escolhido para fazer o inventário das informações partilhadas pelos formadores de opinião investigados, nas suas páginas públicas nessa plataforma. Tal processo resultou na recolha e na análise de um total de 4647 publicações.

Na interpretação dos dados recolhidos optou-se pela sistematização de determinados campos semânticos, constituídos por certas ideias-força, que se apresentam de forma regular e repetitiva no discurso desses agentes sociais. Deve-se esclarecer que o discurso é aqui compreendido na perspetiva de Maingueneau (1993), ou seja: “Bem menos do que um ponto de vista, [o discurso] é uma organização de restrições que regulam uma atividade específica. A sua enunciação não é uma cena ilusória onde seriam ditos conteúdos elaborados num outro lugar, mas um dispositivo constitutivo da construção do sentido e dos sujeitos que aí se reconhecem” (Maingueneau, 1993, p. 50). Ou, como nos lembra Gill (2011), a linguagem é tanto construtiva quanto construída. Isso significa que nenhuma linguagem é neutra; pelo contrário, o discurso é parte essencial da construção da vida social. As formas como as pessoas concebem a realidade são necessariamente histórica e culturalmente específicas. Os atores sociais são continuamente orientados pelo “contexto interpretativo” em que estão inseridos e onde constroem os seus discursos para se ajustarem a ele. Reconhecer a importância do contexto na formulação dos argumentos não significa percebê-los como falácias deliberadas, pois a formulação de qualquer discurso implica estabelecer uma versão do mundo face a versões competitivas (Messenberg, 2017).

5 Para maiores informações sobre o software utilizado nesta investigação, consultar <<https://github.com/strohne/Facepager>>.

OS CAMPOS SEMÂNTICOS E AS IDEIAS-FORÇA DA PROPAGANDA BOLSONARISTA-RAIZ NAS ELEIÇÕES DE 2018

Na primeira volta das eleições presidenciais de 2018, Jair Bolsonaro contava com apenas dois blocos diários de 8 segundos cada para apresentar a sua propaganda eleitoral gratuita no rádio e na televisão, além de dispor de 19% das intenções de voto no início da corrida eleitoral.⁶ A sua expressiva vitória e a dos seus correligionários no final do pleito evidenciou o protagonismo das redes sociais no êxito das suas campanhas. Formadores de opinião e influenciadores digitais foram alçados à condição de agitadores políticos, os quais, a partir da utilização de técnicas da psicologia de massas e dotados de grande poder persuasivo expandido pelas redes sociais, reproduziam insistentemente discursos calculados racionalmente para provocarem efeitos irracionais típicos da propaganda fascista. Por outras palavras, utilizaram-se técnicas da psicologia de massas que envolvem um padrão repetitivo e rigidamente estabelecido de dispositivos que combinam meios racionais e fins irracionais. Nas palavras de Adorno:

Dado que seria impossível ao fascismo angariar as massas através de argumentos racionais, sua propaganda tem que necessariamente se desviar de um pensamento discursivo; precisa ser orientada psicologicamente e tem que mobilizar os processos irracionais, inconscientes e regressivos. A tarefa é facilitada pelo quadro mental de todos aqueles extratos da população que sofrem de frustrações sem sentido e, portanto, desenvolvem uma mentalidade mesquinha e irracional. Pode muito bem ser o segredo da propaganda fascista que ela simplesmente tome os homens pelo que eles são: verdadeiros filhos da cultura de massa padronizada de hoje, em grande parte subtraídos de sua autonomia e espontaneidade. (Adorno, 2015, p. 184)

A propaganda fascista dirige-se e fomenta a personalidade autoritária existente na sociedade, a qual se alimenta de teorias conspiratórias e do desejo pelo desastre. Para tal, ela precisa de reproduzir a mentalidade existente para os seus próprios interesses, exigindo a presença de mediadores. São os agitadores estudados por Lowenthal e Guterman (1949), aqueles que estabelecem a mediação entre o mundo social e a psique individual. Posicionam-se como presenças unificadoras, pois são reconhecidos pelos seus seguidores como líderes capazes de simultaneamente revelar as suas necessidades psicológicas, posto que os refletem identitariamente, ao passo que também deles se

6 Ver <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/eleicao-em-numeros/noticia/2018/08/22/pesquisa-datafolha-lula-39-bolsonaro-19-marina-8-alcckmin-6-ciro-5.ghtml>.

distinguem, ao serem capazes de exprimir, sem inibições, o que neles é latente. Os agitadores fascistas estabelecem, a partir de artifícios retóricos empregados de forma padronizada e repetitiva, aquilo que poderíamos chamar de “comunicação entre inconscientes” (Carone, 2002, p. 196). Uma técnica da psicologia de massas que alia igualmente elementos de manipulação e de gratificação, devido à identificação com os conteúdos enunciados e com os atores envolvidos.

O Quadro 1 apresenta as constelações de sentido e os padrões recorrentes expressos na propaganda política promovida pelos 31 agitadores bolsonaristas-raiz selecionados, a partir do inventário das ideias-força que se repetiram e sustentaram os seus discursos durante a campanha eleitoral de 2018, os quais configuraram certos campos semânticos, assim definidos: o *antipetismo*, o *conservadorismo moral*, a *exaltação do líder*, o *punitivismo* e o *neoliberalismo*.

O *antipetismo* é o campo semântico com maior número de emissões discursivas, o que já era de esperar, considerando a polarização existente e alimentada durante o período eleitoral e o subsequente. Porém, é necessário realçar que o PT e Lula, em particular, acabaram por assumir um sentido

QUADRO 1
Campos semânticos

Antipetismo	Conservadorismo Moral	Exaltação do líder	Punitivismo	Neoliberalismo
<i>IDEIAS-FORÇA</i>				
Antiesquerdismo/anticomunismo	Resgate da fé cristã	Bolsonaro mártir	Exaltação dos agentes de segurança	Livre iniciativa
Anti-establishment	Patriotismo	Bolsonaro herói	Superdimensionamento da violência	Estado mínimo
PT corrupto/ /Lula ladrão/ /Corrupção	Antifeminismo	Bolsonaro outsider	Recrudescimento Penal	Meritocracia
Invalidação dos <i>media</i>	Escola sem partido	Bolsonaro honesto	Armamentismo	Corte de políticas sociais
Lavajatismo	Família tradicional	Bolsonaro homem comum	Não aos direitos humanos	
Venezuelização do Brasil	Anti-intelectualismo	Bolsonaro messias		
	Democracia racial			

Fonte: Banco de dados da pesquisa.

alargado e infinitamente extensível de inimigo em comum. Ser contra o PT é ser antiesquerda, anticomunista, *antissistema*, denunciar a “mídia esquerdista”, o “bolivarianismo” e apoiar a Lavajato, ameaçada por poderes institucionais e ocultos, os quais tiram partido da corrupção. Daí se compreende a expressão “contra tudo que está aí”, exaustivamente repetida nas publicações desses atores no Facebook e nos seus canais de YouTube.

Enquanto personificação do mal, o PT, à semelhança dos seus militantes, simpatizantes ou mesmo daqueles ratificados genericamente pelos grupos de extrema-direita como “eles”, reafirmam a identidade do “nós”, autodenominados “cidadãos de bem”, representantes da “normalidade” e da “maioria” da população. Para o agitador fascista, as diferenças entre o “nós” e “eles” são irreconciliáveis. Para tal, recorrem a teorias da conspiração que exercem um papel central na reafirmação das identidades, na exclusão dos diferentes e na justificação dos fracassos. A narrativa mítica do *complot* estabelece uma transformação qualitativa da realidade, já que muitas vezes não apresenta nenhuma ordem cronológica, bem como abdica da relativização dos factos e das situações históricas.

A violência contra mulheres, homens, negros, brancos, homos, héteros e todos os grupos possíveis cresceu na era PT. Ninguém promoveu mais a violência do que eles. Nós vamos combatê-la duramente e lutar para colocar um fim na impunidade em nosso Brasil! (Jair Bolsonaro, Facebook, 18-10-2018)

O candidato ideal é aquele que pode derrotar o petismo, que pode evitar que a maldita estrela vermelha retome o poder executivo e possa executar os planos malignos e instituir aqui uma ditadura comunista. Eles o farão, chamam de outra coisa, usam outro termo, mas o objetivo final é simplesmente esse, tal como na Venezuela. Eles não negam esse apoio. Eu repito sempre que tem um microfone na minha frente. Esses caras querem fazer do Brasil uma Venezuela. Isso não é mais uma teoria, isso é provado, declarado. Será essa a consequência se vocês brincarem nessa eleição. [...] Goste você ou não do Bolsonaro, ele é único que pode derrubar o petismo. E tem que ser feito agora, no primeiro turno. [...] É a sobrevivência do país que está em jogo, é a sua liberdade [...]. O PT já tem “coletivos de patrulhamento ideológico”, querem criar, como na Venezuela, “coletivos de patrulhamento armado”. (Paulo Martins, Facebook, 28-09-2018)

O PT foi tomado como um significante plástico da imoralidade, da criminalidade, da corrupção, da ineficiência e da mentira, ou seja, o partido incorporava a negatividade do universo político-social. Ele representava o inimigo destrutivo, articulado e poderoso que ameaçava o Brasil, pois teria como aliado o *establishment*. A retórica antissistema amplamente utilizada pela

extrema-direita em várias partes do planeta, aqui também foi largamente difundida durante a campanha. O PT teria “aparelhado” o Estado, de modo que qualquer “partido do sistema” ou candidato que fosse eleito, à exceção de Bolsonaro, não faria a diferença, já que o sistema apoia o PT e a máquina pública estaria contaminada pelo “cancro” petista.

O *antipetismo* constituiu-se, assim, no campo semântico que mais reforçou a polarização entre o “nós” e o “eles”, sendo a expressão da recusa da alteridade na política, ao exacerbar a moralidade do debate público como uma luta entre o bem e o mal. O “outro” é o inimigo, o negativo sem nuances; logo, deve ser eliminado.

A luta entre o bem e o mal continuou a ser insistentemente evocada nas emissões discursivas dos propagandistas bolsonaristas na condensação do campo semântico do conservadorismo moral. As ideias-força aí compreendidas são marcadas e repetidas na defesa exaltada da autoridade e da ordem – no sentido do rígido seguimento das normas morais cristãs e a favor de uma suposta “unidade nacional” – assim como na oposição e no menosprezo das exigências de reconhecimento dos grupos minoritários, particularmente, os LGBTQIA+, as feministas e o movimento negro.

A ideia-força “resgate da fé cristã” foi a que apresentou maior incidência nas publicações destes atores sociais e remonta à abundância de publicações de salmos e de provérbios bíblicos; a sugestão de entrega dos destinos individuais e coletivos “nas mãos de Deus”; a insistência na necessidade de representação política dos cristãos (“cristão vota em cristão”); bem como a crítica à teologia da libertação.

Se eu não me posicionar, os esquerdopatas tão aí para influenciar a sociedade. Eu vou me calar?! [...] Essa turma de esquerdopatas, durante 4 anos, eles lutam contra os valores cristãos, apoiando tudo que é desmoral, chega na época da eleição são dissimulados, dão uma de bonzinho. PT, PCDOB, PSOL... esses caras apoiam a ideologia de gênero, que quer erotizar as crianças nas escolas, que quer tirar dos pais o poder da educação moral, que acabaram com a comemoração do dia de pais e mães, que permite que um rapaz, um homem, que se sinta mulher, entre no banheiro feminino. E você não pode fazer nada! Não abra mão do seu voto! Eles querem destruir os valores judaicos cristãos da sociedade e impor o marxismo cultural para destruir a paz da sociedade ocidental. Que Deus abra os olhos da sociedade brasileira, que Deus dê dias melhores a nossa nação. (Silas Malafaia, Facebook, 16-08-2018)

O patriotismo enquanto ideia-força central no discurso desses propagandistas também se mostra explícito na glorificação dos símbolos nacionais, com destaque para a bandeira e o hino e, principalmente, na repetição insistente do

bordão da campanha presidencial de Bolsonaro: “Brasil acima de tudo, Deus acima de todos”; na defesa da proteção das nossas fronteiras contra a imigração de grupos pauperizados, na crítica à ONU como órgão que questiona a soberania nacional; além de propostas de salvaguarda da história brasileira à luz da tradição. O patriotismo de retórica fascista concentra-se em pontos sensíveis e habilmente trabalhados para provocar a fúria da sua audiência, quando são sugeridas formas de “desrespeito” aos símbolos nacionais. A razão disso consiste, como bem observou Adorno (2020, p. 72), “no fato de que nos símbolos em seu teor de expressão, ressoam ainda outras coisas que não somente o nacional, o que eles supostamente representam. E quando esses símbolos não são ‘respeitados’ suficientemente, o inconsciente reage a outras ameaças diferentes daquelas insinuadas pela propaganda”. Há que se estar sempre alerta e preparado para enfrentar o “inimigo”. O bolsonarismo-raiz evoca, então, o retorno a um passado mítico, pautado na disciplina e na ordem, cujo resultado é a fetichização do militarismo e o incitamento ao seu regresso.

O renascimento da “nação pura”, seja em termos raciais, religiosos ou culturais, sugere o regresso da soberania da família patriarcal, quando os papéis sociais se apresentavam claros e hierarquicamente definidos. A defesa da família tradicional no discurso bolsonarista-raiz gira em torno de pelo menos três enfoques: o primeiro está relacionado com o embate face à legalização do aborto – no momento em que os propagandistas se posicionavam contrariamente e por meio do adjetivo “pró-vida” ou pelas promessas de “defesa da vida”; o segundo refere-se à oposição ao movimento LGBTQIA+, quando se trata da disputa pelo conceito de família, o qual se deve restringir à configuração modelar de pai, mãe e filhos. Finalmente, o terceiro enfoque trata da preservação dos valores instituídos dentro de cada unidade familiar e da supremacia da autoridade paterna face à interferência ou à “doutrinação” do Estado.

É a nefasta ideologia de gênero, que insiste em acabar com a inocência das nossas crianças. Entre muitas teorias que tratam da questão do desenvolvimento, da educação de nossas crianças, nenhuma delas é tão perigosa e nociva como a ideologia de gênero. Em resumo, essa teoria afirma que não existe homem nem mulher, que ninguém nasce com sexo biológico pré-definido e que isso seria uma construção social e individual, que cada criança pode escolher livremente o sexo que querem pertencer. Essa teoria anticientífica traz consigo uma série de problemas. Ela afirma que crianças a partir dos 3 anos de idade, por exemplo, possam escolher se querem ser homem ou se querem ser mulher. Se isso for aprovado, o que pode acontecer? Na prática, banheiros unissex para nossas crianças, aulas de educação sexual – que é na verdade a erotização precoce dos nossos filhos, o que por sua vez é uma porta aberta para a pedofilia. Em todos os países onde essa nefasta teoria foi aplicada, isso gerou uma única consequência: aumentaram o número de crianças com

depressão. Ao longo dos últimos anos, diversas e inúmeras vezes foram as tentativas de empurrar goela abaixo de todos nós essa ideologia. (Felipe Barros, Facebook, 03-09-2018)

Eu quero é ver o governo arrumar cadeia pra tudo quanto é pai e mãe que tá corrigindo o filho. O governo não corrige o que é dele e quer corrigir o teu filho? [...] Dentro da sua casa quem manda é você. Eduque seu filho na lei de Deus, na palavra de Deus, na lei da Igreja. E, rasgadamente, uma banana pros outros. Nós servimos ao senhor, quem não serve que vá pro inferno sozinho, não leve a minha família junto. (Tenente Derrite, Facebook, 16-09-2018)

O antifeminismo esteve, similarmente, muito presente nessa campanha eleitoral e inseriu-se de forma direta na constelação de significados relacionados com o retorno da família tradicional patriarcal, com destaque nos discursos das candidatas aos cargos eletivos. Revelou-se uma clara ridicularização do movimento feminista, a partir da contraposição entre as “feministas feias e peludas” e as “bolsolindas”; a difamação das mulheres de esquerda; a rejeição do ativismo feminista, em especial as campanhas “Meu corpo, minhas regras” e “ELENÃO”, além de críticas às cotas de gênero e a negação da existência de machismo estrutural. O bolsonarismo-raiz tentou construir uma narrativa de categorização única do feminino, em oposição à pluralidade de gramáticas sociais propostas pelo movimento feminista, as quais envolvem o reconhecimento da diversidade a partir de marcadores raciais, sexuais, classistas e de gênero.

O homem é o provedor de sua família, mas não apenas sobre as finanças. O homem deve prover todas as necessidades de sua esposa, sejam físicas, espirituais, emocionais e sexuais. Então o homem também é o provedor da libido da sua esposa. Você deve procurá-la como um cavalheiro que entende a mulher como a parte mais “frágil” da relação, que postula os limites que podemos ir. (Sara Winter, Facebook, 18-08-2018)

Então Marina [candidata do Partido Verde à presidência], você sinceramente acha que com esse seu discursinho você vai nos convencer de que você nos defende de verdade? Com esse seu discurso abortista... que no final das contas você só atrapalha a vida das mulheres de verdade, as mulheres que querem ser mães de verdade, as mulheres que querem ser mulheres de verdade. Esse seu discurso feminista de cabelinho puxado pra trás, que agora tá tentando mudar o estilo pra ver se convence. Mas se nem a nós você convence, quem dirá aos homens! Marina, chega pra você! (Carla Zambelli, Facebook, 18-08-2018)

A ideia-força *Escola sem Partido* foi igualmente central no discurso desses formadores de opinião. Nela desdobraram-se publicações relacionadas com a

crítica a certa doutrinação de esquerda nas escolas, sobretudo a de viés marxista; a necessidade de combate ao método Paulo Freire de ensino; a defesa da educação tradicional, de preferência com a implantação da disciplina militar e o repúdio à discussão de gênero nas instituições de ensino. Os ataques bolsonaristas-raiz estenderam-se inclusive às universidades, aos espaços e profissionais da cultura e aos seus financiamentos. Segundo tais propagandistas, a elite intelectual e artística brasileira é dominada pela esquerda. Ela está, por um lado, distante do resto da população e aproveita-se da sua influência para defender reivindicações polêmicas. Por outro, ela é privilegiada, autoritária e imoral, pois usufrui do investimento do Estado. Os ataques dirigem-se especialmente à Lei Rouanet e incluem ofensas às universidades públicas, que são difusoras da “ideologia esquerdista”, falsificam a história nacional e censuram a divergência.

Estão treinando as nossas crianças a serem homossexuais, a escola tá cheia de ensinamento disso. [...] eu tô com um livro didático, pago com dinheiro público, que diz “ser homem ou ser mulher, o homem gostar de mulher e a mulher gostar de homem não é natural, não é genético, é uma construção social”. Olha que absurdo! Quer dizer que então esses grupos, infiltrados nas nossas escolas no Brasil e no mundo, podem treinar, admoestar, os nossos filhos, fazer uma doutrinação psicológica na cabeça deles sobre masculinidade e feminilidade, mas a igreja não pode se posicionar dizendo que a criança que apresenta distúrbio comportamental sexual pode ser tratada com um psicólogo? (Otoni de Paula, Facebook, 27-08-2018)

Nossas propostas são baseadas em três pilares: Ordem, progresso e família, FAMÍLIA! Valorização da família e defesa da liberdade do indivíduo por um Estado menor e mais eficiente; a favor da Escola-sem-partido, sem doutrinação ideológica, sem ideologia de gênero e sem antecipação da sexualidade. Retorno da disciplina moral e cívica nas escolas! (Rodrigo Amorim, Facebook, 5-10-2018)

A crítica às elites intelectuais e artísticas como aos seus espaços de atuação sinaliza outra estratégia comum à propaganda fascista, que é o anti-intelectualismo. Os intelectuais são vistos pela extrema-direita com desconfiança, na medida em que são interpretados como aqueles que “vivem de brisa” e guardam certa “liberdade de espírito” (Adorno, 2020). Há que se duvidar daqueles que não ganham o seu sustento pelo trabalho manual, bem como das instituições promotoras da razão pública e do debate ilustrado. Tudo isso em nome e em garantia da liberdade de expressão, a qual em última instância é destituída dos seus fundamentos ontológicos, apresentando-se como justificação do irracionalismo e da recusa do pensamento científico.

A incapacidade desses agentes para lidar com a alteridade revelou-se, similarmente, na defesa veemente de uma democracia racial no Brasil. O racismo no país apresenta-se para eles de forma exagerada e insistente apenas no discurso da esquerda e a implantação das cotas raciais, além de atentatórias do mérito, promoveram, contrariamente, o estímulo a práticas discriminatórias antes não expressivas no país.

Ele [Bolsonaro] não tem que provar pra ninguém que ele não é um cara racista, que ele não é homofóbico, que ele não tem nada contra mulher. A vida dele sempre falou o contrário disso. Como não tem como acusá-lo de corrupto... ele é o único que pode fazer diferente, não tem ninguém que chega aos pés de um patriota desse... a fala que Bolsonaro fez em discurso na Hebraica quis dizer que ele quer a independência dessas pessoas [quilombolas]. É óbvio que ele fez uma piadinha que não foi bem aceita. Ele fez um exercício de consciência, mas ele não é racista por causa disso. Cadê o Hélio? [Hélio Negão] O Hélio é o meu irmão, que ficou dez minutos a mais no forno, mas é que não tem maldade, a gente se conhece há quase 20 anos. (Flávio Bolsonaro, Facebook, 13-09-2018)

No que diz respeito ao campo semântico *exaltação do líder*, está-se aqui na presença daquilo que Freud definiu no livro *Psicologia das Massas e Análise do Eu* (2011) como quando determinado ideal do Eu é sobreposto a um objeto ou a um líder, em relação ao qual se passa a ter uma relação semelhante à da criança face ao adulto. Ou seja, trocam-se proteção e segurança por obediência. Para isso, o contexto social deve estar baseado no medo e no desamparo, indicando processos regressivos no interior da política. Está-se na presença, como nos indicam Adorno (2015) ou Lowenthal e Gutermam (1949) do “pequeno grande homem”, aquele que realiza a medição entre a psique individual e o mundo, ao se apresentar simultaneamente como aquele que vive, pensa e sente como “nós”, ao passo que possui uma predestinação inata para ser o guia, em torno do qual os seus seguidores poderão reunir-se e encontrar segurança neste mundo confuso.

Jair Messias Bolsonaro, capitão do exército, branco, 67 anos, deputado federal ao longo de 29 anos consecutivos foi exaltado por seus seguidores como o representante-mor do “cidadão de bem” brasileiro. Glorificado como um homem simples, que pensa, vive e sente como o “brasileiro médio”, foi também escolhido para ser o líder e o mártir do povo. A condição de mártir foi-lhe anexada, considerando o episódio da facada, ocorrido a 6 de setembro de 2018, o qual alavancou abruptamente a sua posição na corrida eleitoral. Para os seus admiradores, Bolsonaro foi vítima de uma conspiração da esquerda, além de ser perseguido injustamente pelos *media* e acusado de ser machista, homofóbico e violento de maneira indevida. A ideia do martírio foi fundamental na

construção da imagem de líder, na medida em que os formadores de opinião analisados justificaram as suas adesões ao bolsonarismo em razão das vantagens morais particulares do “mito”, além da sua predestinação espiritual e da condição de alvo preferido das perseguições políticas. Tais aspectos entrelaçados conformaram a narrativa de que apenas Bolsonaro seria capaz de resolver as insatisfações económicas, sociais, morais e políticas das massas, pois a sua eleição representaria uma rutura radical “contra tudo que está aí”. *Bolsonaro-herói* é então o homem forte, destemido, capitão, anticomunista, antiesquerdista e patriota. *Bolsonaro-outsider* é o “antipolítico”, a solução, a ordem e a mudança. *Bolsonaro-honesto* é o líder incorruptível, sem manchas no passado, homem probo. *Bolsonaro-homem-comum* é “gente como a gente”, espontâneo, sincero, simples. Finalmente, *Bolsonaro-messias* é o cristão enviado por Deus para salvar o Brasil, o temente a Deus que é adorado pelo povo.

Bolsonaro pertence a ele mesmo, pertence à cabeça dele, ao juízo dele. Esse homem é muito perigoso porque esse homem sobrevive sem a imprensa, esse homem sobrevive contra a imprensa, na verdade. [...] “Oh Deus, esse homem tem sido teu canal, tem feito esse país amar novamente a pátria e respeitar o teu nome, esse homem te teme, Senhor. Esse homem tem falado do teu nome, Senhor. Esse homem respeita o seu povo, Senhor. Esse homem respeita a família, Senhor. Esse homem valoriza o casamento, senhor. Esse homem, senhor, tem honrado o seu nome. Eu te clamo, senhor, faz um milagre na vida do Bolsonaro. (Otoni de Paula, Facebook, 13-09-2018)

Quero um homem grosso! [refere-se a Bolsonaro]. Para acabar com comunista tem que ser um homem grosso. Eu não tô procurando um namorado para fazer DR [...] Tem que ter muita testosterona para acabar com esses comunistas, para enfrentar essa corja que manda matar [...] ele tem calibre grosso, porque para enfrentar comunista com bons modos, boas maneiras e palavras bonitinhas, não! Com o Bolsonaro no poder vamos ganhar essa guerra, expulsar os comunistas, limpar esse Brasil, porque nós estamos lidando com criminosos! (Bia Kicis, Facebook, 29-09-2018)

Apoiar o Bolsonaro é apoiar o Brasil e quem tá contra o Bolsonaro tá contra o Brasil, é traidor da pátria, criminoso... todos eles criminosos, não é uma divergência política não, é uma divergência entre a lei e o fora da lei. (Joice Hasselmann, Facebook, 10-09-2018)

O campo semântico *punitivismo* foi outro aspeto intensamente explorado ao longo da campanha eleitoral. Proliferou nas redes a espetacularização das imagens de um Brasil tomado pela criminalidade, das grandes cidades a viverem um clima de “guerra civil” e os “cidadãos de bem” a serem massacrados pelos bandidos. A ausência de investimento nas forças de segurança e o seu

desprestígio por parte dos governos petistas foram apresentados como as principais causas da livre ação dos criminosos na sociedade. As forças de segurança deveriam voltar a ser valorizadas e as suas ações mais incisivas deveriam ser firmemente apoiadas. Os polícias são as vítimas e não os algozes. A centralidade da discussão sobre a segurança pública durante as eleições de 2018 foi de tal ordem que aproximadamente um terço dos parlamentares diretamente vinculados a Jair Bolsonaro eleitos eram polícias civis, polícias militares ou membros das Forças Armadas.

Na propaganda bolsonarista-raiz, a letalidade da polícia brasileira, que é uma das mais elevadas do mundo, foi por um lado minimizada e por outro justificada, em função da relevância da violência urbana nas grandes cidades. Produziu-se uma multiplicidade de enquadramentos que exploravam a dramatismo dos crimes violentos, principalmente os assaltos e a construção de um retrato do Brasil ameaçado por criminosos impunes. Além da baixa repressão por parte do Estado, a crise na segurança pública do país foi ainda atribuída ao avanço das ações dos Direitos Humanos, cujo exercício é compreendido como proteção legal aos criminosos. As saídas para tais impasses seriam o recrudescimento penal e o armar da sociedade. O crime deveria ser severamente combatido, tanto pelas forças de segurança como pela população civil legalmente armada. “Bandido bom é bandido morto.” Todavia, na visão desses agitadores, no Brasil há uma inversão desses valores: enquanto o “cidadão de bem” vive em constante risco, os bandidos seguem impunes e sob a proteção dos direitos humanos. “Direitos humanos para humanos direitos”, eis outro mantra intensamente repetido.

Eu ando armado, vou na padaria, vou na lotérica, fico esperto. Entrou pra assaltar, ou vai me matar ou vai morrer. Eu acho Direitos Humanos importantíssimo, só que, veja bem, eu sou contra não é os direitos humanos propriamente ditos, eu sou contra alguns operadores de direitos humanos que ficam na porta de presídio enchendo o saco da polícia quando tem rebelião de preso, algum pessoal dos direitos humanos que vão em ocorrência da polícia encher o saco pra ver se o preso tá sendo bem tratado e depois vão lá na delegacia ver se o preso tá bem, enquanto que não querem nem saber... mostraram nas redes sociais o pessoal dos direitos humanos chegando para dar água e lanche para os presos, não se preocuparam em nenhum momento com os policiais que estavam ali também, cansados, correram no mato, pulando cerca pra prender os bandidos. [...] Sou a favor dos direitos humanos, sou contra esses demagogos, idiotas, safados que usam os direitos humanos pra defender bandido. Vai defender bandido no inferno. (Sargento Fatur, Facebook, 27-09-2018)

O Brasil tem essa tendência de valorizar criminosos, eu não sei porque; não dá mais pra tratar bandido como vítima da sociedade. O que a gente observa é uma ausência do

Estado para tratar de segurança pública. A gente coloca politicólogos, sociólogos pra tratar de assunto de segurança pública e o resultado tá aí – bandido mandando e desmandando na nossa sociedade. Presídio hoje virou quartel general de facção criminosa [...] hoje foi enterrado um policial, um grande amigo meu, um tenente da PM da mais alta capacidade e a gente não viu ninguém dos direitos humanos no velório, ninguém dos direitos humanos nos hospitais [...]. Direitos humanos só serve pra bandido, ninguém aguenta mais isso. (Capitão Alberto Neto, Facebook, 23-08-2018)

Finalmente, no campo semântico *neoliberalismo* encontram-se reproduzidos certos clichês do pensamento neoliberal, os quais sugerem, contudo, níveis precários de compreensão dos seus significados e pouca sofisticação teórica. Sem embargo, a reprodução de chavões como Estado mínimo, não interventor na economia e redução de gastos públicos foram recorrentes nas suas publicações. A valorização da livre iniciativa aparece diretamente associada ao empreendedorismo e à distinção do mérito pessoal. O sucesso é identificado como um ideal de responsabilização individual e o seu alcance deve-se às ações de iniciativa privada no mercado. Os indivíduos e as suas famílias são os únicos responsáveis pelo seu próprio bem-estar. Tal perspectiva desdobra-se na condenação das políticas de proteção social, as quais são vistas como estratégias vis para angariar fidelidade eleitoral da população beneficiada. As narrativas neoliberais difundidas pelos bolsonaristas-raiz no seu conjunto estabelecem a responsabilização do sujeito pelas suas escolhas, fracassos e sucessos. O sujeito é tomado como um organismo autónomo e independente de limitações sociais ou pessoais. O seu sucesso depende de qualidades psicológicas como a destreza, o esforço, a coragem, a determinação e a perseverança. Apoiados nessa subjetividade, a propaganda bolsonarista-raiz reafirma que o estímulo à iniciativa privada passa necessariamente pela diminuição dos tributos fiscais, pela defesa das privatizações e pela “gestão” eficiente do Estado, assim tomadas como garantias da modernidade para o Brasil.

Comecei trabalhar com 11 anos, primeiro engraxate, depois vendedor de picolé, pipoca, servente de pedreiro, comerciário, agente de polícia, professor, até chegar a delegado de polícia! Desde o início trabalho aliado com os estudos e lazer. Família humilde plantando e colhendo melhores oportunidades! (Delegado Waldir, Facebook, 11-09-2018)

Você que perdeu o emprego, a culpa é do PT. Você que teve que fechar a porta do seu estabelecimento comercial, foi por causa do PT. Ah! Mas na época do Lula era bom. Não! Na época do Lula ele construiu, ele cavou esse buraco que você caiu agora [...]. Solução fácil? Bobagem. O Estado sendo bonzinho com você? A conta chega. A única solução é quando o cara chega e diz “eu vou tirar essa exigência pra você abrir a sua empresa”, “eu

vou retirar impostos”, “eu vou cortar o custo aqui do meu governo e vou cobrar menos de você”... aí é sustentável (Paulo Martins, Facebook, 24-08-2018)

Mais do que difundir uma ideologia específica, a propaganda fascista consiste numa ritualística conscientemente planeada para atingir a fragilidade psicológica da sua audiência. Esse é o resultado direto, segundo Adorno (2015, p. 147) do “enfraquecimento psicológico universal do indivíduo autónomo”, o qual se vê abandonado às frustrações impostas pela vida social e predisposto a dar vazão emocional ao mal-estar civilizacional. O sucesso da propaganda fascista envolve, dessa forma, tanto elementos claramente fictícios e manipulatórios quanto os de gratificação, os quais propiciam à audiência o abandono da rigidez do autocontrolo e a fusão dos seus impulsos com o esquema do ritual propagandístico. Trata-se de um fenómeno de regressão coletiva em que os indivíduos se deixam guiar pelos seus “protetores” e submergem no coletivo. Para que isso ocorra, é fundamental que se estabeleçam entre o líder e os seus seguidores, e entre eles mesmos, vínculos libidinosos baseados principalmente nos afetos e não no raciocínio. Vejamos, pois, quais e como foram incitados os afetos na propaganda bolsonarista-raiz de 2018.

OS AFETOS MOBILIZADOS NA PROPAGANDA BOLSONARISTA-RAIZ

Segundo Lowenthal e Guterman (1949), o descontentamento social é uma condição fundamental para a agitação autoritária. O agitador explora o mal-estar que permeia a sua audiência, mas não declara a condição material ou moral que o produz, limitando-se a apontar os inimigos que supostamente seriam responsáveis pelas suas queixas de ordem económica, política, cultural ou moral. Nesse sentido, ele não é um reformador nem um revolucionário, mas um ativador de emoções. A sua principal função é libertar reações de gratificação ou de frustração cujo efeito total é tornar o público subserviente à sua liderança pessoal. O que ele produz não é a consciência intelectual da situação, mas um agravamento da própria emoção, uma ampliação das próprias projeções do público. Ao invés de ajudar o seu público a sublimar as suas insatisfações, o agitador dá-lhes permissão para se entregarem às fantasias antecipatórias nas quais eles descarregam violentamente as suas emoções contra determinados inimigos.

A leitura que a primeira geração da Teoria Crítica faz da propaganda fascista é marcada pela premissa psicanalítica da reconciliação impossível entre a civilização e a satisfação individual. O desenvolvimento da civilização intensifica a repressão tanto da pulsão erótica – responsável por fundar os laços

sociais – quanto da pulsão de agressividade – que tensiona a existência social. Adorno e Horkheimer (2015) argumentam que a modernidade é autodestrutiva porque o processo de racionalização promove uma maior sujeição e controlo das pulsões, na medida em que limita a capacidade de resistência do Eu às normas morais internalizadas pelo Supereu, além de promover a despersonalização e o esvaziamento de sentido da existência quotidiana – processo sentido pelos sujeitos como um mal-estar permanente. Nesse cenário, o discurso dos agitadores autoritários é sedutor porque cumpre uma função libertadora da psique das massas (Gandeha, 2018).

Todavia, inclusive em tempos de hegemonia neoliberal, onde o prazer se desprende das restrições rígidas à sexualidade, mas não se emancipa, visto que é cooptado e direcionado para as necessidades da produção e do mercado, o mal-estar social intensificase. Isso explica-se porque no neoliberalismo “menos repressão leva a um Supereu menos exigente, ou seja, menos consciência, o que numa sociedade individualista e não emancipada significa menos consideração ética e política em geral” (Brown, 2019, p. 203). A dessublimação repressiva daí resultante parece liberdade, mas resulta, na prática, no relaxamento do intelecto e no vício por gratificações comezinhas (Marcuse, 1964). Tal deslocamento encontra-se expresso nas atuais manifestações de sarcasmos e “trolagens” que abundam na propaganda política da extrema-direita no mundo e que são defendidas de forma violenta como liberdade de expressão. Essa é, porém, uma liberdade desinibida e inculta, “sintoma de uma destituição ética, mesmo que frequentemente se disfarce de retidão religiosa ou de melancolia conservadora de um passado fantasmático” (Brown, 2019, p. 210).

Ao longo da campanha eleitoral de 2018, os “agitadores bolsonaristas” exploraram o mal-estar latente e manifesto na sociedade brasileira através da desconfiança em relação aos fenómenos sociais, económicos e políticos; do sentimento de impotência, de exclusão e de injustiça face a decisões políticas; do desencantamento com os valores democráticos, como a justiça social e a fraternidade; e da ansiedade em relação às ameaças de catástrofe material e moral. Nesse cenário, o discurso bolsonarista funcionou como uma catarse de afetos centrais para a mobilização política: *ódio, medo, ressentimento e idolatria*.

O ódio está explícito no antipetismo e à esquerda de forma geral, contra “os comunistas” em particular. A propaganda fascista constrói um imaginário alargado de forma que tudo pode ser fatiado sem ligação na realidade e muito menos na veracidade. O direcionamento do ódio a um inimigo comum envolve discursos de cunho conspiratório cujos contornos não estão nem precisam de ser muito esclarecidos. Os supostos inimigos podem ser organizações, partidos ou grupos específicos: os comunistas, os negros, os gays, as

feministas e todos aqueles que não partilham o seu universo mental. A visão do mundo propalada é maniqueísta e encontra-se dividida entre os que representam “o bem” e os que representam “o mal”, entre “nós” e “eles”. O ódio contra determinados grupos ou pessoas opera, então, como uma força igualmente unificadora, que suscita vínculos emocionais semelhantes aos da afetividade positiva, ainda que se nutra da pulsão de destrutividade.

O medo como afeto político central encontra-se também evidente nas emissões discursivas desses agitadores. Principalmente, quando denunciam os altos índices de criminalidade e de violência no país e se desdobram em afirmações relacionadas com o apoio à redução da maioridade penal, ao recrudescimento das penas judiciais, à truculência das ações policiais e as críticas à política de direitos humanos, à justiça brasileira e à política do desarmamento. Como salienta Safatle (2018, p. 20), “o medo tende a construir a imagem da sociedade como corpo tendencialmente paranoico, preso à lógica securitária do que se deve imunizar contra toda violência que coloca em risco o princípio unitário da vida social”. O indivíduo moderno é aquele que tem medo de que a qualquer momento possa ser despossuído, seja das suas propriedades materiais seja da posse de si. Por isso, ele está sempre vigilante.

A propaganda fascista fomenta o medo, ao apresentar o caos como uma ameaça inevitável e inexorável. As misérias quotidianas são explicadas em termos catastróficos e assustadores, de forma a revitalizar ansiedades infantis. Algo que é simultaneamente temido e desejado. A ideia de catástrofe contém estímulos aos impulsos destrutivos dos ouvintes e não é difícil que os seguidores sejam lançados a projetar o desastre sobre o inimigo imaginário. O agitador condensa o desejo inconsciente dos insatisfeitos de arrastar a todos para o seu próprio nível de insignificância (Lowenthal e Guterman, 1949). Não é à toa que a propaganda bolsonarista insiste na denúncia da proximidade de catástrofes de algum tipo, espalhando o pânico moral e material como “um delírio de aniquilação mascarado como salvação” (Adorno, 2015, p. 152).

Outro afeto intensamente mobilizado foi o ressentimento. O ressentimento é um complexo de emoções que envolve, na sua origem, uma combinação intensa de inveja, humilhação e impotência. Para Adorno (2020), ele é produzido pelo desfazamento entre a posição objetiva no processo social e a consciência subjetiva de classe. A grande concentração de capital produz o conseqüente recrudescimento da desclassificação social. As classes médias, em particular, são as que são diretamente afetadas neste processo e tendem a expressar de forma mais incisiva o temor e o desejo de fixar os seus privilégios e o seu *status* social. Em tempos neoliberais, os desejos de riqueza, *status* e poder são amplificados, a despeito do contexto pouco promissor. Nessa direção, Gandesha (2018) argumenta que, face à impossibilidade de neutralizar

o sofrimento causado pela aceleração da desclassificação social na era neoliberal, os indivíduos são levados a identificarem-se com ela e com as forças sociais que dela se beneficiam. Tal identificação não se dá, porém, numa ordem abstrata e sem corpo: a ordem neoliberal apresenta-se “como um forte corpo étnico ou nacional, ou talvez racial” (Gandesha, 2018, p. 13), personificado na figura do líder forte, que se opõe aos inimigos do “cidadão de bem”. O líder promove o deslocamento do sentimento de culpa pelo fracasso individual da sua audiência para um grupo expiatório. Dessa forma, a estrutura social que produz o malestar dos sujeitos é mantida e o alvo político passa a ser a fraqueza e a subserviência do Estado para com os inimigos.

Observando os dados recolhidos, verifica-se que o ressentimento é um afeto muito explorado pelos agitadores, principalmente nos seus discursos críticos das políticas sociais empreendidas pelos governos petistas e, em particular, das cotas raciais. Mais do que dividir espaços, as manifestações de ódio da classe média brasileira em relação à política de cotas expressam o seu pânico de perder privilégios seculares. Privilégios esses que, obviamente, não são vistos como tais, mas enquanto resultado natural de um processo justo de concorrência e mérito. O ressentimento não é dirigido aos responsáveis pela sua desclassificação potencial, mas àqueles que passaram a disputar a sua condição de *status*.

A idolatria é outro afeto mobilizado pelos agitadores da extrema-direita brasileira. Como Freud (2011) aponta, a paixão leva-nos a sobrepor um certo ideal de eu a um objeto. Os líderes encantam as massas provocando um apaixonamento. Constrói-se um sentimento de que aquele objeto, que é o próprio líder, se confunde com o seu ideal do eu. De tal maneira que ele produz um efeito hipnótico, um efeito de encantamento. O líder coloca-se simultaneamente tanto como o ideal do eu, único capaz de libertar o seu público do inimigo reconhecido, quanto se apresenta como um ser simples que pensa, vive e sente como seus seguidores. “Uma pessoa que sugere tanto onipotência, quanto a ideia de que é apenas mais um do povo, [...] elabora-se uma ambivalência psicológica que auxilia a operar um milagre social” (Lowenthal e Guterman, 1949, p. 139). A imagem do líder satisfaz o duplo desejo do seguidor em se submeter à autoridade e de ser ele mesmo a autoridade. A exaltação à Bolsonaro e o autoelogio relacionado com a ambiguidade do “pequeno grande homem” encontra-se em profusão nas publicações discursivas dos agitadores analisados. Mais do que isso, alguns deles colocam-se efetivamente como a própria extensão física do líder: *filhotedeBolsonaro*, *#bolsojoice*; *bolso-lindas*, *héliobolsonaro*.

A primazia da mobilização dos afetos destrutivos na propaganda política do bolsonarismo-raiz indica que vivemos numa era em que predomina o que

Espinosa (2011) definiu como paixões tristes. Espinosa admite que as paixões tristes representam o mais baixo grau da potência de agir humana, capazes de deixar o indivíduo à mercê da superstição e da tirania. Parece que a marca do nosso tempo é a da ascensão do ódio e da ignorância como condições políticas por excelência. Tal destrutividade talvez seja o que resta àqueles que se sentem destituídos da sua posição no mundo e o que os leva a considerarem que ser menosprezado pode transformar-se em faculdade de menosprezar, principalmente, em contextos em que não se respeitam as normatividades éticas e políticas instituídas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A chegada ao poder no Brasil de um líder de extrema-direita insere-se no contexto mundial de deslocamento de uma certa “onda conservadora”, que atingiu as principais democracias liberais desde as primeiras décadas do século XXI. A dificuldade em prever e compreender a sua dimensão e magnitude relaciona-se, por um lado, à presunção cega de que as instituições e os valores democráticos estariam consolidados em boa parte do mundo ocidental e, por outro, à suposição igualmente equivocada, de que o fenômeno seria resultado de contradições externas a essas sociedades. Como nos alerta Fraser (2019), “longe de ser o antídoto ao fascismo, o neoliberalismo é o seu cúmplice” e embora, em termos políticos, liberalismo e fascismo se apoiem em normatividades distintas, “ambos são produtos do capitalismo desenfreado, que em todos os lugares desestabiliza universos cotidianos e habitats, acarretando tanto a liberação individual quanto o sofrimento inenarrável” (Fraser, 2019, p. 87). A ascensão do radicalismo de direita expresso na conquista de governos democraticamente eleitos reafirma, assim, a tese adorniana de que o fascismo não é só um produto imanente das formas de vida capitalista, mas alimentase das contradições internas ao liberalismo. Nesse sentido, ele é produto dessa sociedade e não o seu filho degenerado.

O sucesso dos movimentos de direita radical depende, contudo, dos meios de propaganda utilizados que, ainda que sejam técnica, tornam-se a substância da própria política. Daí a centralidade da propaganda fascista para a conquista do poder em várias partes do planeta.

A análise dos conteúdos semânticos da propaganda bolsonarista-raiz ao longo das eleições gerais de 2018 deixou clara a importância dessa técnica de psicologia de massas, a qual apresenta lógicas enviesadas e distorções absurdas, porém com efeitos calculados e que seguem padrões incessantemente repetitivos. Essa “irracionalidade aplicada” destina-se a uma determinada audiência, para a qual ela é produzida e da qual se alimenta. O sucesso da propaganda

bolsonarista-raiz ficou evidente, na medida em que muitos dos seus principais agitadores saíram vitoriosos nas urnas e conseguiram eleger o seu líder como guia indispensável e provocador ativo das suas emoções.

Não há atividade que mobilize afetos de forma tão intensa quanto a política, mas a extrema-direita opera de forma mais eficiente com eles, na medida em que ela não trabalha com argumentos racionais, mas se orienta para a mobilização de processos irracionais e regressivos. A extrema-direita reproduz essencialmente a mentalidade existente, ao estimular o agravamento emocional e não a consciência intelectual do mal-estar social. Apoia-se, portanto, na estrutura total e alimenta paixões tristes. Se a perpetuação das paixões tristes é a manutenção da servidão, precisamos de reencontrar a força afirmativa das paixões alegres que ampliam a nossa potência de agir e a força de existir. Como nos lembra Chauí (2011, p. 47), destacando a originalidade do pensamento de Espinosa: “Ser livre é afastar as paixões tristes e a passagem da tristeza para a alegria é um ato de interpretação da mente sobre o que se passa dentro de nós.” O verdadeiro conhecimento é também um afeto, porque só uma paixão pode combater outra paixão.

REFERÊNCIAS

- ADORNO, T. W. (2019), *Estudos sobre a Personalidade Autoritária*, São Paulo, Editora Unesp.
- ADORNO, T. W. (2015), *Ensaio sobre Psicologia Social e Psicanálise*, São Paulo, Editora Unesp.
- ADORNO, T. W. (2020), *Aspectos do Novo Radicalismo de Direita*, São Paulo, Editora Unesp.
- ADORNO, T., HORKHEIMER, M. (2015), *Dialética do Esclarecimento*, Rio de Janeiro, Zahar.
- BROWN, W. (2019), *Nas Ruínas do Neoliberalismo: A Ascensão da Política Antidemocrática no Ocidente*, São Paulo, Editora Filosófica Politeia.
- CARONE, I. (2002) "Fascismo on the Air". *Lua Nova – Revista de Cultura e Política* [online], 55-56, pp. 195-217.
- CHAUÍ, M. (2011), *Desejo, Paixão e Ação na Ética de Espinosa*, São Paulo, Companhia das Letras.
- ESPINOSA, B. (2009), *Ética*, tradução de Tomaz Tadeu, Belo Horizonte, Autêntica.
- FRASER, N. (2019), "Neoliberalismo progressista versus populismo reacionário: a escolha de Hobson". In H. Geiselberger (org.) *A Grande Regressão: Um Debate Internacional sobre os Novos Populismos e como Enfrentá-los*, São Paulo, Estação Liberdade.
- FREUD, S. (2011), *Freud (1920-1923) Psicologia das Massas e Análise do Eu e Outros Textos*, São Paulo, Companhia das Letras.
- GANDESHA, S. (2018). "«Identifying with the aggressor»: from the authoritarian to neoliberal personality". *Constellations*, 25 (1).
- GILL, R. (2002), "Análise do discurso". In M. W. Bauer, G. Gaskell (org.), *Pesquisa Qualitativa com Texto, Imagem e Som: Um Manual Prático*, Petrópolis, Vozes.
- LOWENTHAL, L., GUTERMAN, N. (1949), *Prophets of Deceit: A Study of the Techniques of the American Agitator*, Nova Iorque, Harper & Brothers.
- MAINGUENEAU, D. (1993), *Novas Tendências em Análise do Discurso*, Campinas, Pontes.
- MARCUSE, H. (1964), *One-Dimensional Man – Studies in the Ideology of Advanced Industrial Society*, Boston, Beacon Press.
- MESSEMBERG, D. (2017), "A direita que saiu do armário: a cosmovisão dos formadores de opinião dos ativistas de direita brasileiros". *Revista Sociedade e Estado*, 32, (3).
- SAFATLE, V. (2018), *O Circuito dos Afetos: Corpos Políticos, Desamparo e o Fim do Indivíduo*, Belo Horizonte, Autêntica Editora.

Recebido a 01-01-2023. Aceite para publicação a 20-11-2023.

MESSEMBERG, D., CAMARGOS, B. (2024), "Os propagandistas do ódio: o bolsonarismo-raiz em ação". *Análise Social*, 253, LIX (4.º), pp. 2-24. <https://doi.org/10.31447/202318>.

Débora Messenberg » deboramess@unb.br » Departamento de Sociologia da Universidade de Brasília (UNB) » Campus Universitário Darcy Ribeiro, Asa Norte — CEP 70910-900, Brasília, DF, Brasil » <https://orcid.org/0000-0001-7577-9547>.

Bruno Camargos » bruno.camargos23@gmail.com » Departamento de Sociologia da Universidade de Brasília (UNB) » Campus Universitário Darcy Ribeiro, Asa Norte — CEP 70910-900, Brasília, DF, Brasil » <https://orcid.org/0000-0003-0896-9468>.
