

Do discurso político ao discurso populista. O populismo é de direita ou de esquerda?¹

From political discourse to populist discourse. Is populism right-wing or left-wing?

Patrick Charaudeau²
Université Paris 13

Sabrina Moura Aragão³
Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)
sabrina.aragao@ufsc.br
<https://orcid.org/0000-0002-9114-4899>

Resumo: Existem muitos escritos de cientistas políticos, sociólogos, filósofos e historiadores sobre o populismo, muitas crônicas nas mídias, na maior parte do tempo para repreender esse tipo de discurso. Chega-se ao ponto de se perguntar se ainda há algo novo a ser dito. Entretanto, sim, ainda há algo a ser dito, caso se deseje analisar esse fenômeno sem julgamentos a priori, sem denunciá-lo a todo custo, e tentar compreendê-lo através de uma análise, que será aqui uma análise do discurso. É papel do pesquisador tentar explicar antes de condenar.

Palavras-chave: discurso populista; discurso político; análise do discurso.

¹ Artigo traduzido do francês no âmbito do projeto de pesquisa *Formação de tradutores em contexto acadêmico: práticas e reflexões*, da UFSC. Tradução coletiva realizada por Prof^a Dra. Sabrina Moura Aragão (coordenadora), Ana Carolina Correia, Julia S. de Lima, Matheus Eduardo R. Martins e Viviane D'avila Heindenreich. Artigo original publicado em: CHARAUDEAU, Patrick. Du discours politique au discours populiste. Le populisme est-il de droite ou de gauche ?. In: Corcuera F. et alii (dir.). **Les discours politiques. Regards croisés**, Paris: L'Harmattan, 2016, p.32-43. Autorização de publicação da tradução em português concedida pela editora © Editions L'Harmattan, 2016.

² <http://www.patrick-charaudeau.com/> (As notas de rodapé deste artigo são traduções das notas originais do autor. Quando não for o caso, indicaremos com [N. de T.]. O autor também faz amplo uso de itálicos e aspas ao longo do texto, o que mantivemos na tradução).

³ Professora no curso de Letras - Francês da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Coordena projetos de pesquisa e extensão na área de formação de tradutores e a relação entre cinema, língua estrangeira e cultura. É graduada e licenciada em Letras Português - Francês pela Universidade de São Paulo (USP). Em 2012 obteve o título de Mestre em Letras pela mesma instituição e, em, 2018 defendeu a tese de doutorado, também na USP.

Abstract: There are many writings by political scientists, sociologists, philosophers and historians about populism, many chronicles in the media, most of the time to rebuke this type of discourse. It goes so far as to ask whether there is still something new to be said. However, yes, there is still something to be said, if you want to analyze this phenomenon without a priori judgments, without denouncing it at all costs, and try to understand it through an analysis, which will be a discourse analysis. It is the role of the researcher to try to explain before condemning.

Keywords: populist discourse; political discourse; discourse analysis.

Apresentação

Patrick Charaudeau é professor emérito da Université Paris 13, pesquisador do Centre National de la Recherche Scientifique (Laboratoire de Communication Politique) e membro do "Collège iconique" de l'INA (Institut National de l'Audiovisuel). Linguista com vasta produção e com dezenas de obras traduzidas no Brasil, possui trabalhos publicados nas áreas de Linguística geral, Linguística hispânica, Teoria do discurso, Gêneros discursivos, Comunicação, Identidade cultural e Didática de línguas e ensino.

No presente artigo, até este momento sem tradução em língua portuguesa, Charaudeau explora as estruturas e estratégias discursivas dos chamados discursos populistas, tanto na direita, quanto na esquerda. O autor reflete sobre o contexto do populismo na França e em outros países europeus, bem como na América Latina, citando o exemplo do Brasil. Publicado originalmente em 2016, o artigo apresenta importantes reflexões para se pensar o cenário político atual e a circulação de discursos nesse contexto, não só no Brasil, mas em outros países, em que se observa o aumento da polarização, da radicalização e a disseminação de fake news que, invariavelmente, apoiam-se em estratégias discursivas.

Sabrina Moura Aragão, professora coordenadora do projeto de tradução

Um breve histórico

Não farei a síntese dos escritos sobre o populismo, mas sim um breve percurso histórico da noção de populismo para relembrar alguns pontos necessários para a compreensão do fenômeno.

Historicamente, o que é chamado de populismo apareceu na Rússia pelo fim do século XIX, sob a forma de um movimento socialista progressista. Paralelamente, no Oeste e Sul dos *Estados Unidos* produziu-se um movimento rural de fazendeiros com um discurso crítico em torno do

capitalismo. Na América Latina, vimos surgir, nos anos 1950, o "peronismo" de Juan Domingo Perón, seguido por uma forma de caudilhismo com Carlos Menem; no Brasil surgiu o que se chamou de "getulismo" de Getúlio Vargas, depois um populismo dito "liberal", praticado por Fernando Collor de Mello; no Peru foi igualmente usado o termo populismo para qualificar a política de Alberto Fujimori; por fim, mais recentemente, tem se falado do populismo "socialista" de Hugo Chávez na Venezuela. Na França são conhecidas diversas figuras do populismo, das quais alguns dizem provir do bonapartismo autoritário: o pujadismo (1950) que tem um discurso xenófobo e anti-intelectualista voltado aos artesãos e pequenos comerciantes; um populismo dito "nacional-popular", após os "Trinta Gloriosos", com a ascensão da Frente Nacional que coloca em evidência "a preferência nacional"; um populismo "liberal-popular", com François Mitterrand recorrendo ao carismático empresário Bernard Tapie, que sustenta um discurso liberal que pretende conciliar juventude, esporte e negócios; finalmente, eu mesmo depreendi uma forma de populismo "híbrido" de Nicolas Sarkozy, especialmente durante a campanha eleitoral de 2007⁴, cujo discurso transbordava constantemente de valores da direita e da esquerda.

No plano da explicação, colidem duas posições radicalmente opostas. A dos juristas e psicólogos neodarwinianos do século XIX para os quais o populismo é um nacionalismo desnaturado, que serve como antessala ao totalitarismo. A dos analistas contemporâneos que estimam que o populismo faz parte do jogo democrático, e até mesmo que ele seja sintoma de um abandono das classes populares: "Quando as massas populares são excluídas por muito tempo da arena política, [...] o populismo, longe de ser um obstáculo, é uma garantia de democracia, pois ele evita que ela se transforme em pura gestão"⁵. Não entraremos nessa controvérsia, porém dessas primeiras observações tiraremos alguns pontos em comum: (i) o populismo nasce da união de *movimentos populares* e sua *recuperação por um discurso* que quer ser mais próximo do povo; (ii) o populismo, apesar de ser um discurso de defesa de valores, *agrega indivíduos* de pensamento e interesses diversos, acabando por produzir um pensamento heterogêneo; (iii) o populismo é de fato um *problema para a democracia*, pois, ao mesmo tempo em que é *intrínseco* a ela, é por ela *combatido*.

O ponto de vista de análise que proponho é o de um *semiólogo* que interpreta o discurso de forma interdisciplinar, recorrendo a ferramentas que permitem esclarecer a mecânica geral do discurso político e de seus imaginários sociais, mecânica a partir da qual será possível ver a especificidade do discurso populista. Para fazer isso, é necessário se questionar sobre o que são o *contrato de comunicação* e a *cenografia* do discurso político, sobre a maneira como funciona a *opinião pública* e sobre quais são os *imaginários discursivos* que caracterizam a esquerda e a direita. Esta será a abordagem que me fará concluir que o discurso populista ecoa tanto na extrema-esquerda quanto na extrema-direita e que, na nossa modernidade, produz uma *reciclagem* de discursos desses extremos.

⁴ Ver *Entre populisme et peopolisme. Comment Sarkozy a gagné*, Paris, Vuibert, 2008.

⁵ Sobre esse assunto, podemos ler: Laclau, 1978, Dorna, 2006, p. 5, Taguieff, 2002.

O contrato do discurso político

Para falar do populismo, é necessário partir do *contrato do discurso político*, pois se o populismo é uma "atitude política que consiste em reivindicar para si o povo, as suas aspirações profundas, a defesa contra as diversas injustiças que lhe são feitas" como diz o dicionário Larousse, podemos nos perguntar qual é a diferença entre o populismo e a política. De fato, o discurso político é *demagógico* por definição, na medida em que, pelo menos em um regime democrático, busca, através de seus atores, fazer a maioria da população aderir a um certo projeto político se valendo de estratégias de persuasão ao agradar, assegurar e conduzir o povo em direção a uma esperança. Todo discurso político obedece a um contrato de comunicação que se desenrola entre quatro associações: uma *Instância de poder* (seja em situação de conquista ou exercício do poder) que deve se dotar de uma certa imagem de credibilidade, deve saber captar, ou mesmo cativar o público, jogando com a razão e os sentimentos, deve se dotar de meios não contraproducentes de desqualificação do adversário e deve, por fim, defender valores com vigor; uma *Instância cidadã* que é, por natureza, heterogênea, e que deve ter um papel duplo de delegação provisória de soberania popular por intermédio do voto (democracia representativa), e de vigilância, ao se instituir como contrapoder (democracia participativa); uma *Instância adversária* que é de natureza composta, coloca-se em oposição à instância de poder titulada, com as mesmas armas discursivas desta; uma *Instância midiática* que garante a circulação da fala política, mas transformando-a por meio de procedimentos de simplificação e focalização para fins de audiência, o que lhe dá, nesse jogo político, uma certa responsabilidade.

Esse contrato faz com que a instância política desenvolva um discurso de acordo com uma cenografia, que consiste em: *denunciar a desordem social* da qual os cidadãos são vítimas, pois, se tudo estivesse bem, não haveria razão para se propor um projeto político alternativo; determinar a *fonte de desordem* e denunciar os responsáveis; anunciar qual a *solução* para pôr um fim nessa desordem e promover um estado de ordem social que beneficie a todos; concomitantemente, criar uma *imagem de líder* que se apresente como o único capaz de conduzir tal projeto.

A opinião pública

A definição de opinião pública é uma questão ampla, que me dediquei a tentar circunscrever em um trabalho recente⁶ e sobre a qual darei apenas um vislumbre aqui.

A opinião pública é um conceito impreciso: para alguns, constitui uma "unidade mental", uma "alma", segundo Gustave Le Bon⁷ caracterizada pelo apagamento das opiniões individuais dentro de uma opinião coletiva que é mais passional do que racional. Ela se mistura a um "contágio emocional"

⁶ *La Conquête du pouvoir. Opinion, persuasion, valeurs. Les discours d'une nouvelle donne politique*, Paris, L'Harmattan, 2013.

⁷ G. Le Bon (1895-2013).

que lhe dá uma "sensação de força", mas é, ao mesmo tempo, frágil, porque está sujeita às manipulações do "medo" e da "revolta". O fato é que qualquer político que queira conduzir as multidões se pergunta: "o que pode encantar a opinião pública?". A posição que eu defendo, ao abordar essa questão por meio do estudo dos discursos, é que a opinião pública pode ser entendida de três maneiras: (i) quando ela é "nomeada", como fazem o mundo político ("Os franceses querem mais segurança") e o mundo da mídia através da divulgação de pesquisas ("45% dos franceses não confiam nos políticos"), o que faz com que a opinião exista através de um processo de identificação (identificar-se com a imagem de si mesma, que lhe é colocada como em um espelho), assim, a opinião pública é *convocada a existir*; (ii) quando ela "se expressa" a partir de petições, de manifestações ("Basta ya!"⁸), constitui-se em associações e processos judiciais (*Question Prioritaire de Constitutionnalité*⁹) e, portanto, existe por *reação*; finalmente, é claro, quando ela "vota", constituindo-se em *corpo eleitoral* e, ao fazê-lo, passa a existir através de uma *fala institucional*.

Categorias de eleitores

É este último caso – a constituição do corpo eleitoral – que é particularmente interessante, pelo menos no jogo político de conquista do poder, porque muitas vezes confundimos as noções de povo, opinião e eleitorado. O eleitorado é composto por eleitores muito diferentes uns dos outros em suas histórias individuais, sociais e políticas e, de fato, são seres com múltiplas influências (família, ambiente, profissão, mídia). Existem várias maneiras de categorizar o eleitorado: por uma análise das *pesquisas*, que o classifica em categorias sociais de acordo com associações socioprofissionais; por uma análise *sociodemográfica*¹⁰, que leva em consideração o movimento populacional, o local de moradia, a constituição familiar, os estilos de vida; por uma análise *sociodiscursiva* que, com base nos *corpora* de declarações dos eleitores (em entrevistas, relatórios, pesquisas, redes), disponibiliza a recorrência de posicionamentos ideológicos e reações emocionais. Foi por essa abordagem, acrescentando o estudo das intenções de voto que, na campanha presidencial de 2012, pude identificar quatro categorias de eleitores: (i) os "*convictos*", aqueles que sempre votam em suas bases e contra as outras, alegando que não podem votar de outra forma, motivo pelo qual eles são a parte estável do eleitorado; os "*insatisfeitos*", aqueles que são encontrados em todas as bases, que dizem que "*nada presta*", que são capazes de mudar, e até mesmo de se extremar, e constituem a parte mais imprevisível do eleitorado; os "*inconstantes*", aqueles que não votam de acordo com posições ideológicas, porque pensam que "*é tudo a mesma coisa*" ("nem direita nem esquerda"), mas são, ao mesmo tempo,

⁸ "¡Basta Ya!", em tradução literal, "Basta Já!", foi um movimento espanhol contra o terrorismo surgido no final da década de 1990. [N. de T.]

⁹ Abreviada pela sigla QPC, em tradução literal, "Questão Prioritária de Constitucionalidade". Trata-se do direito reconhecido a toda pessoa envolvida em um processo a sustentar que uma disposição legal é contrária aos direitos e liberdades que a constituição francesa garante. (Informações obtidas no site do Conselho Constitucional francês: <https://www.conseil-constitutionnel.fr/decisions/la-qpc>. Acesso em janeiro de 2021). [N. de T.]

¹⁰ Hervé LeBras e Emmanuel Todd, *L'invention de la France*, Gallimard, 1981 (reedição 2012).

sensíveis às promessas e ao carisma dos líderes, e constituem os batalhões que fazem oscilar os resultados da esquerda para a direita ou vice-versa; finalmente, os "*élections-piège-à-cons*"¹¹, de acordo com o slogan dos esquerdistas de 68, que dizem que "votar não serve para nada" porque tudo é manipulado pelas elites, uma atitude libertária que alimenta as abstenções. Essa categorização torna possível entender o fenômeno populista.

Matrizes ideológicas

Todavia, para entender melhor o fenômeno populista, precisamos distinguir os "*sistemas de crenças*" que caracterizam os posicionamentos de direita e esquerda, posicionamentos que sustentam os sistemas de crenças dos grupos sociais e que podemos chamar de "matrizes ideológicas" do discurso. No plano político, podemos distinguir *duas matrizes ideológicas*.

A *matriz ideológica de Direita* é caracterizada por uma visão do mundo em que "a natureza se impõe ao homem", o que significa que o homem está *submetido* a ela, de modo que a *desigualdade* é consubstancial à natureza humana, e que, portanto, as relações que os homens mantêm entre si são *relações de força*, ou mesmo de *dominação*. Esse posicionamento engendra a defesa de certos valores: o valor do *grupo familiar*, já que não é o indivíduo que faz o grupo, mas o grupo que determina o indivíduo, pois ele depende de sua *filiação*, apoiando assim o peso da *tradição*, o que explica que o grupo familiar é organizado de acordo com uma *ordem piramidal*, no topo da qual está a figura do *patriarca*, força tutelar e protetora; o valor *trabalho*, em uma atividade de ordem vertical que impõe relações entre *superiores* e *inferiores* (líderes/liderados) sem contestação possível; o valor *nação*, fundador do corpo social-povo composto pelos filhos da Nação, constituindo um *patrimônio identitário* e justificando que qualquer *inimigo* pode ser repellido, inimigo interno se ele procurar desintegrar o corpo social, inimigo externo se ele procurar invadi-lo.

Esses valores básicos constituem o *corpo de doutrina da direita*, que é diversamente configurado de acordo com cada país, mas todos os casos são caracterizados por uma tendência: ao *conservadorismo*, pois é necessário manter tradições em torno de interesses particulares, principalmente os da família, garantia de estabilidade social; ao *segregacionismo*, que se empenha em distinguir as raças, etnias e religiões; ao *autoritarismo*, uma vez que é necessário manter a ordem moral e, assim, impor obediência; finalmente, ao *patriarcado*, pois é preciso orientar, educar as gerações de acordo com o mérito dos indivíduos.

A *matriz ideológica de Esquerda*, ao contrário do sistema de pensamento da direita, é caracterizada por uma visão do mundo em que é "o homem que se impõe à natureza", o que fundamenta a noção de "progresso", fazendo avançar a igualdade entre os homens. Isso gera uma atitude de oposição face aos valores de direita: à ordem *hierárquica* se opõe uma ordem de *igualdade social*

¹¹ Em tradução literal, "eleições-armadilhas-para-idiotas", slogan utilizado durante as manifestações do Maio de 1968 na França. [N. de T.]

contra os privilégios; à *discriminação* se opõe uma *solidariedade social* que despreza, por exemplo, diferenças raciais; às *crenças religiosas* se opõe a *neutralidade* do Estado (laicidade); e ao *princípio de comando* se opõe um *princípio de contestação* como direito cidadão de questionar o poder político por vários meios (sindical, associativo, revolucionário) em benefício do *interesse geral*.

Essa matriz se configura de formas diferentes, dependendo das histórias e culturas dos países. Por exemplo, na França, para o historiador Jacques Julliard, haveria quatro esquerdas: *liberal*, *jacobina*, *coletivista* e *libertária*¹²; mas para o filósofo Michel Onfray, haveria três: *antiliberal*, *libertária*, *liberal-pragmática*¹³. De qualquer forma, a esquerda francesa é permanentemente atravessada por duas forças: uma *centrípetas*, que defende a solidariedade social, e outra *centrífuga*, de tendência libertária¹⁴.

O discurso populista como ofuscamento e reciclagem das oposições

O populismo não é um regime político. Ele é uma estratégia de conquista ou de exercício do poder através de um discurso que retoma a cenografia do discurso político ao radicalizar seus imaginários: a denúncia da desordem social é exacerbada para uma *crise* da qual o povo é *vítima*; a crítica dos responsáveis se torna *demonização dos culpados*; a defesa dos valores é feita por um discurso de *exaltação paroxística*; e o líder constrói para si uma imagem de *salvador providencial*. Vejamos então sobre quais imaginários atuam esses discursos.

O imaginário de “vitimização”

Uma maneira pouco moral de unir uma população em torno de um projeto político é criar um sentimento de medo designando-se o inimigo, que pode ser externo ou interno. Ao se observar os discursos que circulam no espaço público francês, constata-se que eles atuam sobre diferentes tipos de medo, que nomearemos *medos identitários*, pois eles deixam pairar a ameaça de uma *invasão*, de uma *desidentificação*, de uma *desclassificação* e de uma *insegurança*. Medo da *invasão* ao se fazer acreditar que a chegada massiva de imigrantes vai provocar uma diluição da identidade nacional e uma perda daquilo que fundamenta a nação francesa pela mistura das etnias e das religiões. Evidentemente, é uma maneira de fabricar um bode expiatório, como inimigo externo, ainda mais ameaçador ao se misturar com a população nativa, tornando-se inimigo interno: “[Os imigrantes] vão nos arruinar, nos invadir, nos afundar, dormir com nossas mulheres e nossos filhos” (Jean-Marie Le Pen). Assim é fomentado o racismo. Medo da *desidentificação* face aos ditames da Europa como potência soberana

¹² *Les Gauches françaises. 1762-2012: histoire politique et imaginaire*, Flammarion, Paris 2012.

¹³ *Le Monde*, 3-4 de abril de 2011.

¹⁴ “Nos vies valent mieux que leur profit!” [em tradução literal: “Nossas vidas valem mais do que os lucros deles!”], slogan do candidato do NPA [*Nouveau Parti Anticapitaliste*, em tradução literal: Novo Partido Anticapitalista], no *Programa de governo* de Philippe Poutou, campanha presidencial de 2012.

abstrata, que assume a figura de monstro manipulador, que não respeitaria as características próprias a cada nação. Isso se expressa tanto na extrema-direita, com Marine Le Pen tratando a Europa como "ídolo brutal e insaciável"¹⁵, quanto na extrema-esquerda: "A União Europeia extingue nossa história republicana e nos faz pagá-la em dinheiro vivo!", afirma Jean-Luc Mélenchon em um de seus comícios. Isso cria um tenso recuo da população em direção a um nacionalismo estreito. Medo da *desclassificação social* devido à globalização econômica que ofusca a distinção entre as categorias sociais, em termos de perda do poder de compra das classes médias, que as obriga a viver nas regiões periféricas e a se misturar com as classes ainda mais desfavorecidas, o que lhes retira toda esperança de ascensão social. Isso cria um sentimento de impotência em relação ao mundo financeiro, de ressentimento aos que possuem bens, e de exasperação contra o Estado que ajuda aqueles que são classificados, pejorativamente, como *assistidos*. Medo face à *insegurança* do fato de haver atos de delinquência, das periferias em chamas, dos ciganos que roubam, da escola que não é um lugar consagrado, mas de decadência moral e incivilidade. É de tudo isso que o povo é vítima, e é isso que deve, por compensação, conduzi-lo a demandar a autoridade dos poderes públicos, a firmeza das forças de polícia, a sanção ao poder judiciário. Todos esses medos produzem um duplo efeito de fantasias conspiratórias e de desejo de exclusão estigmatizando as populações consideradas ameaçadoras: os imigrantes, os judeus, os muçulmanos, os negros.

O imaginário de "satanização" dos culpados

Não se trata mais somente de criticar os responsáveis por uma situação política, mas de taxar de *culpados* diferentes categorias sociais. Primeiramente os políticos, considerados todos corruptos e incapazes de escutar o povo. Os partidos políticos, vistos com descrédito, pois são destinados a fazer o jogo dos políticos, confundindo-se entre uns e outros, e que deveriam ser substituídos por "grupos sociais" mais representativos do "povo". Concomitantemente, o Estado que, tendo perdido toda a autoridade, por meio de instituições julgadas ineficazes, uma burocracia a serviço exclusivo da Administração, uma tecnologia para o benefício das elites e uma justiça negligente, age como um monstro calculista, trancado em sua torre de marfim, confiscando o poder em benefício do "establishment". Entre esses culpados incluem-se também os lobbies, que atuam como oligarquias financeiras defendendo grupos de interesse ("os do capitalismo anônimo, os de grandes transferências financeiras de especulação, os de grandes multinacionais" (Le Pen, mas isso também ocorre na esquerda); os lobbies de "direitos humanos", que impediriam a proteção dos cidadãos "de linhagem francesa"; os lobbies comunitaristas das minorias (homossexuais, feministas, judeus, islâmicos), que imporiam suas leis.

¹⁵ *Le Monde*, 24 de junho de 2015.

O imaginário do "Salvador providencial"

O líder deve ser o representante do povo, a ponto de se declarar “o verdadeiro povo”. Ele chama seus concidadãos a se fundir em uma alma coletiva toda direcionada a um desejo de salvação. Ele se erige então como guia do povo e, se tem carisma, assume a figura de *profeta*. Ele deve ter (ou construir, se puder) um ethos de pessoa *inspirada* por uma voz interior, que é portadora de valores idealizados para o bem do povo, um tipo de *apóstolo*. A não ser que ele adote preferivelmente um ethos de força e de combatente (“nada pode se opor à minha vontade”), mostrando-se capaz de reverter o mundo, em todo caso, de expulsar o inimigo e erradicar o mal que corrói a sociedade. Ele toma então a figura de *praguejador*. É necessário também que ele seja credível, construindo um ethos de autenticidade: “Eu sou como você me vê”, “Eu faço o que digo”, “Eu não tenho nada a esconder”. Trata-se de estabelecer um relacionamento de confiança cega com as pessoas mostrando-se puro, desprovido de interesses pessoais. Ele assume então a figura de *cavaleiro branco*.

A exaltação dos valores e a reciclagem das ideologias de direita e de esquerda

O discurso populista se utiliza de um certo número de temáticas que ofuscam as distinções ideológicas em nome dos valores da República:

- As temáticas da *soberania popular* e da *nação*, que estão relacionadas entre si: a soberania popular é aquela de um povo que vive em um território com costumes e valores que lhes são próprios, e que constitui assim um *corpo-nação*. Para a esquerda, essa soberania é declarada em nome do *povo-cidadão*: “Sejamos o povo soberano em todos os lugares, cidadãos no bairro e no trabalho”¹⁶ diz a extrema-esquerda em seu programa de governo da campanha presidencial de 2012; e um de seus líderes, Jean-Luc Mélenchon, se diz “populista patriótico”¹⁷. Para a direita, é em nome do mito da *nação orgânica* que é reivindicada a soberania, contra “a Europa liberal (...) que mantém todos os povos sob o jugo do eixo Sarkozy-Merkel (que) deve ser quebrada na França”; e a líder da extrema-direita exige um *referendo* a respeito do tratado da União Europeia, pois, segundo ela, “para renegociar um tratado, começamos votando”¹⁸ (Marine Le Pen). É um retorno do nacionalismo que perpassa todos os grupos e classes sociais, produzindo um “*populismo patrimonial*”, nas palavras de Dominique Reynié (2011).

- A temática da *austeridade*, ao denunciar as finanças mundiais: “O poder ao povo, não aos bancos” ouvimos na esquerda, que defende uma *economia nacional* de mercado, uma realocização das atividades e chama a uma luta contra a globalização financeira; na direita, Marine Le Pen defende uma *economia protecionista*, com fechamento de fronteiras, não fala mais de capitalismo e se opõe à *financeirização do mundo*: “Eu acabarei com a ditadura dos mercados financeiros, estabelecendo um

¹⁶ Programa de governo, campanha presidencial de 2012.

¹⁷ *L'Obs*, 18 de junho de 2015.

¹⁸ Comício em Montpellier, 8 de fevereiro.

Estado forte, estratégico e protetor "¹⁹. Nota-se que a extrema-direita e a extrema-esquerda não questionam mais a economia de mercado, colocando-se em torno da "antitributação" (excesso de impostos).

- A temática da *identidade nacional* está presente tanto na direita quanto na esquerda. Na direita, ao exaltar um patriotismo de *nação de linhagem*, Marine Le Pen apela para "um enorme conjunto de patriotas de esquerda como de direita", como o fez o Conselho Nacional da Resistência²⁰. Na esquerda, exalta-se um patriotismo de *nação igualitária* dos direitos sociais. Mas, apesar dessas diferenças, o que se vê é uma reciclagem de ideologias em torno da questão da identidade.

- A temática dos *valores republicanos*, dentre os quais o da *laicidade*, é reivindicada em ambos os lados, embora com propósitos diferentes: para a direita, trata-se de resistir ao *multiculturalismo*, ao exigir que os imigrantes se assimilem ou sejam expulsos do país: "Oponho-me aos estrangeiros em nome dos valores republicanos, porque eles são incompatíveis com esses valores "(Marine Le Pen); para a esquerda, é uma questão de evocar a *universalidade* dos valores da República, ao defender não a assimilação, mas a *integração* das populações imigrantes em nome da solidariedade social e da igualdade de direitos, o que deixa a esquerda em posição desconfortável diante das reivindicações de seu eleitorado, que se opõe à política de assistência a essas populações. Aqui se produz novamente esse efeito de reciclagem, pois ambas as posições compartilham um *pensamento xenóforo*, criando uma oposição entre bons e maus franceses.

Esse efeito de reciclagem atua sobre a questão do *ressentimento*: o povo é considerado uma vítima inocente que sofre, que é presa de aproveitadores, e experimenta um sentimento de injustiça e impotência, conseqüentemente, isso faz com que o eleitorado se refugie nos discursos mágicos de líderes que prometem resolver problemas sociais pela ação de uma varinha mágica.

Diferenças Culturais

No entanto, e apesar desse processo de reciclagem dos extremos, o discurso populista atua de modo diferente e produz efeitos distintos de acordo com os contextos históricos e sociais de diversos países. Por exemplo, na Itália, constatamos que o "Movimento 5 estrelas"²¹ de Beppe Grillo propõe medidas que são emprestadas tanto da esquerda quanto da direita: a jornada de trabalho de 20 horas semanais, a redução de salários de políticos e a diminuição de despesas militares são medidas de esquerda; mas a recusa do *direito de nacionalidade* às crianças estrangeiras nascidas na Itália, o controle do fluxo migratório, a isenção do imposto sobre imóveis e a supressão dos sindicatos são

¹⁹ *Programa de Governo*, campanha presidencial de 2012.

²⁰ Em francês, *Conseil National de la Résistance (CNR)*, foi um órgão que dirigiu e coordenou o movimento de resistência francesa durante a Segunda Guerra Mundial e agrupava representantes da imprensa, sindicatos e partidos políticos diversos. [N. de T.]

²¹ Em italiano, *Movimento 5 Stelle* (ou M5S), é um movimento apartidário que surgiu em Milão em 2009 com o objetivo de colocar cidadãos comuns no poder e utilizar a internet para formar uma democracia direta. [N. de T.]

medidas de direita. Os movimentos populistas dos países do Leste, da Grã-Bretanha ou da Grécia têm especificidades que lhes são próprias.

É preciso se perguntar por que na Espanha lida-se com um populismo que pode ser classificado de esquerda e na França com um populismo classificado de direita. Uma vez que é verdade que, na França, o discurso populista sempre foi prerrogativa da extrema-direita. E apesar desse efeito de reciclagem, do qual a extrema-esquerda participa, constata-se uma mudança de opinião em relação à Frente Nacional. A esquerda, na França, não tem mais a aprovação popular e não pode mais fingir representar as classes operária e média. Já na Espanha, a partir do movimento dos *Indignados* da Puerta del Sol²², foi com os valores da esquerda que o *Podemos* se desenvolveu. Para explicar essa diferença de orientação, foram apresentadas razões de ordem econômica: austeridade frágil na França (não houve queda de salários nem nas aposentadorias), embora ela fosse forte na Espanha; não houve desapropriação de inadimplentes nem despejos na França como aconteceu na Espanha; na França, um sistema social protetor que resistiu e que não existe na Espanha.

Mas é possível acrescentar a essas razões outras que são, sobretudo, de ordem histórica e política: o espírito *Iluminista* que gerou a Revolução burguesa na França e que pouco penetrou na Espanha; a ausência de uma tradição verdadeiramente anarquista na França (o libertarismo aparente de 68 foi rapidamente recuperado pelos aparelhos políticos), enquanto na Espanha há uma forte tradição anarquista, tradição esta que torna estranho o espírito de uma esquerda social-democrata. Além disso, podemos adicionar também uma razão de ordem cultural relacionada ao modo como, num país, são concebidas a liderança de movimentos de protesto/oposição e a imagem que um líder deve ter: na França, Jean-Luc Mélenchon, líder de uma esquerda radical, é um bom orador, mas tem apenas um carisma de fachada²³, nem messiânico, nem cesarista, nem enigmático²⁴; por outro lado, parece que, na Espanha, Pablo Iglesias é dotado de um certo carisma que contrasta com a figura (o *ethos*) convencional dos líderes políticos de esquerda e direita. Mas isso é muito difícil de comparar, pois as figuras dos líderes dependem do que está enraizado na mentalidade de cada povo. Por fim, uma diferença no posicionamento das direitas de cada país: a Espanha ainda é marcada pela ditadura de Franco, que permanece como uma síndrome de efeito duplo: rejeição da esquerda e radicalização da direita; na França, no entanto, Marine Le Pen empenhou-se em desdemonizar seu partido, a Frente Nacional, eliminando a face antisemita e provocadora mantida por seu pai, e reivindicando valores que pertencem à esquerda, como a laicidade. É esse processo de desdemonização que permite a transferência dos votos populares para a Frente Nacional. Atualmente, esse partido se apresenta como o primeiro partido anticapitalista e antissistema da França, posicionamento que confiscou da extrema-esquerda.

²² Trata-se de uma série de protestos ocorridos em 2011 na Espanha, organizados espontaneamente a partir de redes sociais por cidadãos descontentes com os partidos políticos, reivindicando mudanças na política e na sociedade espanhola. [N. de T.]

²³ Veja nosso: *La Conquête du pouvoir*, 2013.

²⁴ Sobre a concepção de carisma, veja nosso: “*Le charisme comme condition du leadership politique*”, 2015.

* *

Essa ascensão geral do populismo em vários países europeus coincide com um contexto social que inclui a globalização, o desaparecimento das grandes causas que alimentaram a guerra fria entre Leste e Oeste, e a explosão de uma tecnologia que afeta as categorias sociais mais desfavorecidas. Uma *crise econômica* que lançou na precariedade muitas pessoas pertencentes às classes ditas populares e provocou um rebaixamento das classes médias. Uma *crise política* que se caracteriza pelo ofuscamento dos marcos partidários tradicionais, a incerteza e as contradições dos partidos políticos que navegam entre um nacionalismo de Estado e nacionalismos regionais, entre os apelos à igualdade para todos e os recuos comunitários, entre os apelos à autoridade e os apelos à solidariedade ou à compaixão. Uma *sociedade de novas tecnologias* que, pelo desenvolvimento das redes de comunicação, em que circulam discursos e comentários livres de qualquer restrição, chegando às vezes à injúria, dá a sensação a muitos indivíduos de perda do domínio e do controle do pensamento nas relações sociais. Enfim, uma *sociedade de superinformação*, promovida pelas mídias tradicionais e as redes sociais que, devido ao imediatismo do comentário sobre a notícia e sua exposição de forma conflituosa, faz desaparecer a análise crítica, exacerba as emoções e produz efeitos de desconfiança em relação a dirigentes e instituições. Essas são as marcas de nossas sociedades modernas que, sentindo-se desestabilizadas e desamparadas, procuram um lugar simétrico para compensar a sua fragilidade identitária.

Referências

- CHARAUDEAU, P. 2008. *Entre populisme et peopolisme. Comment Sarkozy a gagné*. Paris: Vuibert, 108 p.
- CHARAUDEAU, P. 2013. *La Conquête du pouvoir. Opinion, persuasion, valeurs. Les discours d'une nouvelle donne politique* Paris: L'Harmattan, 256 p.
- CHARAUDEAU, P. 2015. *Le discours politique. Les masques du pouvoir*. Limoges: Lambert-Lucas, 260 p.
- CHARAUDEAU, P. 2015. Le charisme comme condition du leadership politique. *Revue Française des Sciences de l'Information et de la Communication*, 7(1). <https://doi.org/10.4000/rfsic.1597>
- DORNA, A. 2006. Bulletin d'information de l'Observatoire du récit médiatique. *Médiatiques*, 38:4-7.
- JUILLARD, J. 2012. *Les Gauches françaises. 1762-2012: histoire politique et imaginaire*. Paris: Flammarion, 940 p. <https://doi.org/10.14375/NP.9782081307865>
- LACLAU, E. 1978. *Política e ideología en la teoría marxista: Capitalismo, fascismo, populismo*. Tres Cantos: Siglo XXI España, 233 p.
- LE BON, G. 1895, [2013]. *Psychologie des foules*. Paris: PUF, 144 p.

- LE BRAS, H.; TODD, E. 2012 [1981]. *L'invention de la France: Atlas anthropologique et politique*. Paris: Gallimard, 528 p.
- REYNIE, D. 2011. *Populisme: la pente fatale*. Paris, Plon, 278 p.
- TAGUIEFF, P. 2002. *L'illusion populiste: de l'archaïque au médiatique*. Paris: Berg International, 182 p.

Submetido: 19/10/2021

Aceito: 22/03/2022