

Andrés Bruzzone e o Ciberpopulismo: uma resenha

Thomaz Moreira Arantes de Castro¹ – Universidade Federal de Minas Gerais |

Resumo

Lançado em 2021, o livro do filósofo e empresário Andrés Bruzzone é um contundente convite à discussão de dois fenômenos da sociedade e da comunicação que se entrelaçam, produzindo uma realidade política bastante peculiar na atualidade.

O populismo em sua versão ‘cibernética’ reúne a antipolítica e as possibilidades que as redes sociais abrem para o usuário. Logo, veremos a seguir como a associação entre esses dois aspectos gera um bom debate sobre os rumos da comunicação política nos dias de hoje, passando pela discussão dos algoritmos e pelas lideranças contemporâneas.

Palavras-chave: populismo, redes sociais, extrema-direita.

¹ Doutorando em Comunicação Social pela Universidade Federal de Minas Gerais. E-mail: thomazmac@gmail.com.

1. Introdução

Lançado em 2021, o livro do filósofo e empresário Andrés Bruzzone é um contundente convite à discussão de dois fenômenos da sociedade e da comunicação que se entrelaçam, produzindo uma realidade política bastante peculiar na atualidade.

O populismo em sua versão ‘cibernética’ reúne a antipolítica e as possibilidades que as redes sociais abrem para o usuário. Logo, veremos a seguir como a associação entre esses dois aspectos gera um bom debate sobre os rumos da comunicação política nos dias de hoje, passando pela discussão dos algoritmos e pelas lideranças contemporâneas.

2. Como se processa a política no populismo moderno

De acordo com Bruzzone (2021), o principal combustível das lideranças populistas é a polarização, que é um cenário onde quem não se alinha a nenhum dos polos não tem voz. Além disso, “Uma sociedade polarizada se torna mais burra, mais autoritária, menos democrática.” (pp:10). E polarizar é lançar mão de uma estratégia eleitoral; pode se dar de forma simples (de um contra todos os outros) ou da forma dupla (em que enxergamos dois polos opostos).

Para observar o caso brasileiro contemporâneo, o autor não é taxativo sobre a classificação. Aparentemente esse fenômeno pode ocorrer nesses dois aspectos em paralelo: o bolsonarismo contra o Partido dos Trabalhadores, num aspecto eleitoral que contraponha Bolsonaro a Lula, e do mesmo bolsonarismo contra os vários partidos de esquerda, centro e direita moderada, num embate contra as pautas progressistas e pluralistas.

E junto com a polarização, existe para o populismo, seja ele de esquerda ou de direita, sempre uma liderança (personalista e muitas vezes carismática) e uma narrativa de povo puro contra um inimigo. Este último normalmente é fabricado e pode ser interno ou externo, e apenas o líder populista seria capaz de derrotar seus opositores (nesse cenário, deslegitimados retoricamente). Para esse embate “(...) constroem-se realidades paralelas que são coerentes com as crenças profundas, os medos e as prioridades de grupos que se constituem em ambientes virtuais.” (pp.87). Nas palavras de Bruzzone (2021): “O populismo é um modelo de conquista e manutenção do poder, uma técnica narrativa que existe pelo menos desde o século XIX e que nas últimas décadas ganhou espaço inédito.” (pp.61)

Com isso, o autor sintetiza que o populismo dos dias de hoje é uma ‘guerra’ ao pluralismo democrático, aquele que considera que o debate de ideias seja o normal e saudável para a democracia. As lideranças da estirpe populista frequentemente lutam contra a tolerância a certos grupos marginalizados: imigrantes, refugiados, negros, mulheres, LGBTQI+, etc. E além disso, esse fenômeno é baseado nas mentiras, e o autor não poupa Jair Bolsonaro de acusações, afirmando que este “(...) fez da mentira uma marca de sua passagem pelo comando do país” (nesse caso, o Brasil) (pp.59). Ele seria responsável por aumentar os efeitos da pandemia de Covid-19 a partir da divulgação de notícias falsas sobre remédios ineficazes, medidas de isolamento e vacina, além de mentir também sobre outros assuntos diversos, “(...) de educação a economia, meio-ambiente a cultura.” (pp.59).

3. O ciberpopulismo

Diante da problemática do mundo hiperconectado em que vivemos, Bruzzone (2021) mobiliza autores como Pierre Lévy, que discute o ciberespaço, apontando que este “(...) cresce de maneira constante orientado por três princípios: a interconexão, a criação de comunidades virtuais e a inteligência coletiva”. (BRUZZONE, 2021, pp.38). Logo, sem usar esse nome em particular, o autor faz alusão ao problema das bolhas ideológicas: o processamento de algoritmos das redes sociais aproxima usuários com gostos em comum e afinidade ideológica, evitando que os diferentes se encontrem e proponham um debate de ideias, algo tão caro para um pluralismo democrático que o autor tanto defende.

No cenário do mundo conectado, é importante ter em mente um aspecto muito caro às discussões propostas por Bruzzone (2021): a desintermediação. O apelo das redes sociais digitais para os políticos da estirpe populista (note-se aqui que o autor dá ênfase aos de extrema-direita, mas os casos de esquerda também parecem seguir esse rumo) é que estas eliminam intermediários tradicionais da comunicação, como a grande mídia. Assim, essas lideranças podem lançar ao público suas narrativas acerca de ideias, pessoas e acontecimentos a partir da sua própria ótica, sem um filtro editorial de um jornal impresso ou televisivo. Percebe-se aqui uma sutileza que o autor deixa de forma subliminar: a desintermediação permite que os populistas continuem a emplacar suas mentiras e falas que alimentem a polarização, sempre reciclando o discurso do ‘nós contra eles’ em que se ataca o ‘(fabricado) inimigo do povo’.

Bruzzone (2021) diz que na política contemporânea os líderes populistas capturam os cidadãos que estavam ‘(...) invisíveis para a política tradicional.’ (pp.88). E para alcançá-los, entram em cena as redes sociais (com suas métricas de engajamento, que é a mensuração do grau de envolvimento do usuário com páginas e/ou perfis) e o marketing político digital, que funciona com ferramentas de microsegmentação do público, permitindo que os conteúdos veiculados sejam personalizados. Este último

“(...) personaliza as mensagens para que elas sejam mais eficazes, apelando aos valores individuais básicos. Essas mensagens são enviadas de maneira direta, prescindindo da intermediação do partido político, dos atos públicos de campanha e dos meios de comunicação (...). O apelo que funciona é à pessoa, ao singular, nunca ao coletivo (...).” (BRUZZONE, 2021, pp:106).

Para o autor, é na confluência entre as possibilidades das redes sociais e as dinâmicas políticas de tais lideranças que surge o fenômeno do ‘neopopulismo digital’. “É o ciberpopulismo, capaz de gerar adesões em identidades narrativas fortes, simples e seguras, usando tecnologias de microsegmentação que somente são possíveis em grande escala com recursos digitais.” (pp.64). No cenário da comunicação moderna, a informação é fragmentada, incerta e excessiva, e por isso gera medo e ansiedade nos usuários; o populismo dá conforto ao propor respostas simples a tais emoções. Contudo, “(...) para garantir a solidez da mensagem e a adesão sem crítica, bloqueia o diálogo e o debate. (pp.64). “Diante do caos e da complexidade de um mundo em mudança frenética e acelerada, o populismo digital garante o repouso em certeza que não requerem provas.” (pp.65). Logo,

“Com perfis bem feitos, a efetividade das ferramentas de persuasão aumenta muito, pois permite adaptar as mensagens de campanha aos gostos e às preferências de públicos muito segmentados e focar esforços naquelas pessoas e grupos suscetíveis a mudanças de opinião (...). Ainda que desde sempre o objetivo da propaganda política seja influenciar decisões, o grau de efetividade possível com as novas tecnologias coloca os eleitores (e a democracia) numa situação de vulnerabilidade extrema.” (BRUZZONE, 2021, pp:75).

4. Discussão e críticas

Andrés Bruzzone propõe uma definição mais estreita do fenômeno que ele chama de ‘ciberpopulismo’, que em essência seria a junção do populismo contemporâneo, enfatizando os de extrema-esquerda, com as técnicas e recursos das redes sociais e com o marketing político de microsegmentação.

Embora mencione Steve Bannon de forma um tanto tímida, Bruzzone deixou passar quase despercebido que ele foi muito além de auxiliar a extremas-direitas pelo globo, que contou (e deve continuar contando) com as atividades desse marqueteiro, atuando nos bastidores da eleição presidencial de 2016 nos Estados Unidos e capilarizando seus recursos para o Brasil em 2018 (na eleição em que Bolsonaro foi eleito), para o ‘Brexit’ britânico e para os movimentos ultraconservadores de Itália e Espanha, dentre outros, amplamente discutidos e documentados por Giuliano da Empoli em seu “Os engenheiros do caos” (2019). Um dos planos de Bannon foi criar um espaço de formação de lideranças populistas conservadoras (EL PAÍS, 2018), mostrando que na concepção dele e dos antiplurais seu movimento ‘veio para ficar’ e se consolidar enquanto partidos e opções eleitorais.

Entretanto, falta à obra um esforço de discutir também os populismos de esquerda e a presença destes em redes sociais. Estudos como de Waisbord e Amado (2017), por exemplo, já discutiam o uso de Twitter por presidentes latino-americanos, entre eles Hugo Chávez e seu sucessor, Nicolás Maduro, os dois incumbentes venezuelanos que governam na base do mesmo chavão populista que está presente na extrema-direita: ‘o povo contra o inimigo’. Também não há muita discussão em torno do PODEMOS espanhol e do SYRIZA grego, que são partidos dessa mesma estirpe.

Certamente, o esforço do autor em problematizar o ciberpopulismo é bastante válido e ajuda a compreender como as lideranças populistas modernas conseguem angariar votos, citando como exemplos Jair Bolsonaro, Donald Trump e Matteo Salvini (BRUZZONE, 2021, pp.59). Figuras como essas teriam apoio de ‘experts’ em mídias sociais digitais para ir atrás do eleitor indeciso e entregar a ele conteúdos personalizados que o mobilizem em favor do projeto político dos seus respectivos líderes populistas.

Entretanto, falta um detalhe: nessa obra não se discute a possibilidade de que outros setores políticos também tenham seus próprios analistas de marketing e propaganda capazes de fazer frente aos populistas e alcançar o eleitorado com materiais igualmente personalizados. Afinal, sabe-se que em vários países existem movimentos que orbitam o projeto de Bannon e ainda assim não foram capazes de assegurar cadeiras em parlamentos. É o caso de Le Pen, na França, e o partido Vox, na Espanha.

Portanto, ficam duas perguntas: 1) como os demais partidos podem se preparar para uma campanha vitoriosa diante do adversário apoiado em técnicas avançadas de marketing político? e 2) há casos documentados em que partidos mais tradicionais e moderados também façam uso da microsegmentação para atingir o público?

5. Considerações finais

Percorrendo o livro de Bruzzone (2021), percebemos que sua discussão está basicamente em dois eixos: de um lado, o populismo (com ênfase na extrema-direita), e no outro, o agressivo marketing eleitoral capaz de entregar conteúdos personalizados a cada cidadão.

De acordo com o autor, os líderes populistas (de extrema-direita) são figuras antiplurais e que corroem a democracia mesmo que não sejam eleitos, e isso é dito sem questionar se os populistas de esquerda também são assim. A impressão que dá ao leitor é de que Bruzzone entende que essas figuras sejam a maior ameaça aos sistemas democráticos contemporâneos.

Em algum momento, falta a clareza sobre se o risco maior é do populismo (da retórica do povo contra o inimigo) ou do conservadorismo por si só (e com pautas homofóbicas e anti-imigração, por exemplo). É claro que o fenômeno que o autor discute é um entrelaçamento desses dois aspectos, mas poderia haver uma separação do joio e do trigo para que ficasse claro que há populistas não conservadores e conservadores não populistas.

Entretanto, o esforço de Bruzzone é louvável, à medida que ele discute a problemática do componente digital para o populismo contemporâneo. Mais que isso, ele detalha a questão de como operam os agentes por trás da microsegmentação no caso de líderes populistas de extrema-direita, sendo bem esclarecedor nesse sentido.

Por fim, nos resta esperar e observar com mais atenção o que vai acontecer tanto na política quanto nos debates sobre populismo. O marketing político de nossos dias parece bem agressivo e gera eleições com resultados sociais e políticos intolerantes e polarizadores. Porém, como os demais atores da democracia reagirão permanece uma incógnita.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRUZZONE, Andrés. (2021), *Ciberpopulismo: política e democracia no mundo digital*. São Paulo, Editora Contexto. (Versão ebook).

DA EMPOLI, Giuliano. (2019), *Os engenheiros do caos*. São Paulo, Editora Vestígio. (Versão ebook).

EL PAÍS. (2018), *A universidade do populismo que Steve Bannon, ex-assessor de Trump, planeja na Itália*.

Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2018/09/20/internacional/1537462031_280140.html

(último acesso: 05/10/2021)

WAISBORD, Silvio; AMADO, Adriana. (2017), “Populist communication by digital means: presidential Twitter in Latin America”. *Information, Communication & Society*. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/317081237_Populist_communication_by_digital_means_presidential_Twitter_in_Latin_America/citation/download (último acesso: 05/10/2021)