

COLÓQUIO
DE OUTONO
XXII

Populismo(s) e suas linguagens

Textos selecionados

ORGANIZADORES

MARIA ALDINA MARQUES
SÉRGIO GUIMARÃES DE SOUSA
JOSÉ TEIXEIRA
MARIA DA CONCEIÇÃO VARELA
RUI RAMOS
ISABEL ROBOREDO SEARA
MICAELA AGUIAR

húmus



CEHUM
Centro de Estudos Humanísticos
da Universidade do Minho

A (DES)CORTESIA DISSIMULADA NOS DISCURSOS CONSIDERADOS 'POPULISTAS' EM PORTUGAL

Isabel Roboredo Seara*

1. Introdução. Noção de 'populismo': circunscrever o conceito numa perspectiva interdisciplinar

A palavra 'populismo' evoca os ressentimentos de longa data do homem comum, levados à efervescência por políticos carismáticos que fazem promessas impossíveis. Como pode ler-se na capa do jornal *The Guardian*, em 10 de janeiro de 2019, "Nós, o povo: a batalha para definir o populismo", um artigo da autoria de Peter C. Baker.¹

Em primeiro lugar, e subscrevendo a reflexão de Paus (2020), consideramos que o 'populismo' é uma etiqueta que se aplica a determinados partidos e líderes políticos, tendo em conta os programas e a visão que preconizam, embora saibamos que esta qualificação lhes é atribuída por terceiros, pelos adversários ou pelos analistas políticos e que os partidos, propriamente ditos, não apreciam, de bom grado, esta designação. Como sublinha Godin:

Le populisme est moins une idéologie qu'une rhétorique. Il existe une manière populiste, reconnaissable entre toutes, et qui transcende les clivages politiques et nationaux classiques (2012, p. 6).

Sabemos que o populismo é um fenómeno complexo, que o termo, em si, é evasivo ("Il n'ya pas de termes plus insaisissables que le 'populisme', afirma Mayern (2005, p. 161)) e, por isso, é necessário mobilizar conhecimentos de vários campos disciplinares, desde os estudos de Sociologia e de Ciência Política até às Ciências da Linguagem, para o compreender. Na evolução diacrónica do termo e conceito, amplamente referida, desde o uso pejorativo no século XIX

* isabel.seara@uab.pt

1 <https://www.theguardian.com/news/2019/jan/10/we-the-people-the-battle-to-define-populism>.

na Rússia, a partir da tomada de posição do movimento Narodniki contra o regime dos czares (Narodnicesto significa justamente o sentimento “qui porte vers le peuple”) até ao peronismo na Argentina, ao carismático Hugo Chavez e ao seu herdeiro Nicolas Maduro, até ao movimento ‘Tea Party’ nos Estados Unidos de contestação da elite política e financeira, múltiplas são as manifestações populistas bem descritas pelos analistas políticos e pelos historiadores sociais. Alguns dos exemplos anotados dos denominados regimes populistas evidenciam que não é possível pensar numa definição singular e congregadora, pois os contextos históricos, sociais e políticos influenciam indubitavelmente as diferentes formas de assunção, pois, como afirma Charaudeau:

Il y aurait des populismes classistes, voire ethnicistes; des populismes nationalistes, plus ou moins autoritaires, jouant sur l’identité nationale et la ségrégation; des populismes néolibéraux; des populismes de circonstance s’exprimant dans les campagnes électorales à l’aide d’expressions démagogiques, afin de séduire les masses populaires (2011, p. 103).

Corroborando estas ideias, Drămnescu explicita o caso europeu, bem distinto dos da América Latina:

“In most countries of Europe through their discourse, populist politicians exploit social frustration generated by economic problems by showing the main culprits: corruption, political elitism and immigrants” (2017, p. 3).

Por seu turno, Pierre-André Taguieff, um dos maiores estudiosos deste fenómeno, define o populismo como:

“un style politique fondé sur l’appel au peuple ainsi que sur le culte et la défense du peuple, compatible en principe avec toutes les idéologies politiques” (Taguieff 2007, p.31).

E, posteriormente, acrescenta esta ideia:

“l’acte de prendre publiquement le parti du peuple contre les élites, ou encore par le “culte du peuple” avec diverses connotations (souveraineté populaire, culture populaire, etc.)”. (Taguieff 2012, p. 39)

Em sintonia com esta definição, Jamin (2009) considera que o populismo é um estilo político que procura mobilizar o maior número de pessoas, usando

a demagogia. Não faremos aqui a perspetiva diacrónica da evolução do termo, embora nos pareça que tal é muito importante para compreender a sua evolução semântica. O populista será aquele, que em nome de uma pretensa homogeneidade do povo, se fundamenta no ressentimento popular contra as ditas 'élites' (Raynaud 2017).

O populismo é, pois, uma forma de fazer política que rompe com uma tradição secular em que esta era concebida como uma deliberação racional e pluralista tendo em vista o bem comum, uma tradição assente na democracia representativa. Assistimos hoje, em vários países do mundo, a fenómenos de política-espetáculo, à conceção de facto político como um tele-espetáculo com o seu drama instantâneo, com a exclusão do mais fraco, com o imediatismo infantil e não refletido da comunicação por *tweets*, pela manipulação das emoções, em tempo real. Estes, entre outros fatores, estão na génese da explicação do sucesso recente dos movimentos e partidos populistas, e traduzem a volatilidade das expectativas e das expressões políticas que desafiam as previsões mais consistentes e sólidas. Configura, por isso, tanto o ressurgimento de velhos fenómenos, como o início de uma profunda transformação da política que decorre da erosão dos mecanismos democrático, das disfunções de algumas instituições, decorrendo de um estado de possível exaustão, como é assinalado por Drămnescu:

As a political phenomenon, populism did not arise from nothing but it is the natural outcome of the culmination of a stage of exhaustion, trivialization and cultural and ideological exhaustion of the elites in power. Frustration, constant disappointment, repeated deception and expectation without any hope to cling to are the key factors conducive to the recrudescence of this phenomenon. (2014, p. 4)

Para dois dos teorizadores do populismo, amplamente citados, De la Torre (2003) e Laclau (1987 e 2005), é populista a reconstrução politizada de identidades desarticuladas expressas através de um discurso que opõe o espaço social em dois campos políticos dicotómicos, a célebre dicotomia social “os de baixo” e “os de cima”, definindo-se assim o fenómeno populista a partir das categorias “deslocação”, “inscrição” e “fronteira”, anotadas em Laclau (1987). Corroborando esta ideia, De la Torre sustenta que uma das peculiaridades do populismo seria: “la construcción discursiva de la sociedad como un campo antagónico y maniqueo en el que se enfrentan el pueblo y la oligarquía” (De la Torre 2003, p. 60).

As várias aceções do fenómeno que passámos em revista decorrem, sobretudo, de abordagens no campo da Sociologia, da Ciência Política e da Antropologia, sendo, contudo, a posição do analista do discurso Patrick Charaudeau aquela em que verdadeiramente nos filiamos. Este autor considera:

Le populisme n'est pas un régime politique. Il est une stratégie de conquête ou d'exercice du pouvoir à travers un discours qui reprend la scénographie du discours politique en radicalisant les imaginaires: la dénonciation du désordre social est exacerbée en crise dont le peuple est victime; la critique des responsables devient satanisation des coupables; la défense des valeurs se fait dans un discours d'exaltation paroxystique; et le leader se construit une image de sauveur providentiel (2016, p. 37).

Como sublinhámos nesta citação, distantes dos posicionamentos dos analistas políticos ou dos sociólogos, colocamo-nos na posição de analista do discurso, reforçando a ideia da “estratégia de conquista ou exercício do poder através de um discurso que retoma a cenografia do discurso político, radicalizando os imaginários sociais”, subscrita por Charaudeau. Defendemos, pois, a ideia de que o populismo é mais uma retórica do que uma ideologia, tal como defende Latifi ao afirmar:

The classical conception of populism via the central and cause of the ‘people’ may seem too nebulous and too emotive. Today it is difficult to imagine the concept of populism as not worth analysing without the associated populist rhetoric within the political discourse. (2014, p. 174)

2. Construção do discurso dito ‘populista’ em Portugal: quais as estratégias discursivas recorrentes?

Procedamos a uma breve nota introdutória de enquadramento do Partido CHEGA e do seu líder. André Ventura, em 2019, fundou o partido político CHEGA, e a 12 de abril de 2019, associou-se à Coligação BASTA! para as Eleições Parlamentares Europeias de 2019. Não conseguindo eleger qualquer euro-deputado, a coligação foi dissolvida a 30 de julho de 2019. Posteriormente, concorreu às eleições legislativas 2019 pelo CHEGA, como cabeça de lista pelo círculo eleitoral de Lisboa, tendo sido eleito como o primeiro deputado do partido por si fundado. O líder do partido assume posições liberais economicamente, nacionalistas culturalmente e conservadoras em questões de costumes.

Realcem-se algumas asserções constantes do Manifesto Político Fundador (<https://partidochega.pt/manifesto/>): o apelo aos descontentes com o sistema, a que se alude repetidamente neste manifesto:

“O CHEGA está aqui para mobilizar os muitos descontentes. Já pouca gente espera dessa oligarquia organizada em torno dos chamados ‘partidos do sistema’ que leve a cabo as reformas imprescindíveis que os portugueses reconhecem como necessárias mas às quais a oligarquia não mete ombros porque essas reformas representariam, como é evidente, o fim do seu poder. Poder moribundo, mas ainda actuante”;

e, mais adiante:

“É para dar voz ao descontentamento e meter ombros a essa mudança que aqui estamos.”

A construção deste ideário populista do Manifesto assenta num léxico com carga negativa e agressiva, identificando o Estado português como “um monstro burocrático”, “um monstro predador”, “uma máquina de assalto ao cidadão”, qualificando a cobrança de impostos como “um roubo”, reiterado na expressão “No estado a que chegamos, a cobrança de impostos é um roubo. Roubo puro e simples”. A construção anafórica é recorrente neste Manifesto, destacando-se um parágrafo inteiro em que é enunciado o que o partido se impõe *recusar*, um verbo de negação, que explicita o que o partido declina, rejeita, não concede e não admite. (“Recusar frontalmente o marxismo cultural; recusar a ditadura da ideologia de género; recusar o aborto-a-pedido; recusar fronteiras escancaradas”). Esta afirmação peremptória da crença em valores ditos patrióticos culmina, nas linhas derradeiras do Manifesto, na oposição ‘Eles’/‘Nós’ (já assinalada em van Dijk 2008), em que os outros detêm “mentalidades rotineiras, gastas e vazias”, com sistemas “caducos, ultrapassados e sem destino”, estruturas corruptos, podres e venais”, insistindo numa adjetivação maledicente, desvalorizadora, hostil que diaboliza os adversários, ao passo que o CHEGA assumindo o autoelogio, assume-se como um partido “que veio para, de forma transparente, democrática, corajosa e eficaz, devolver os portugueses a Portugal”. Instala-se, portanto, um confronto dialético entre o ‘povo puro’ e a ‘elite corrupta’, usando as expressões no sentido atribuído por Mudde (2004).

I define populism as a thin-centered ideology that considers society to be ultimately separated into two homogenous and antagonistic groups: “the pure people” and “the corrupt elite,” and argues that politics should be an expression of the *volonté générale* (general will) of the people (Mudde 2004, p. 546; Mudde & Kaltwasser 2017).

The core features of the populist ideology are monism and moralism: both “the people” and “the elite” are seen as sharing the same interests and values, while the main distinction between them is based on morals (i.e. “pure” versus “corrupt”). Populists claim that they, and they alone, represent the whole people (Mueller 2016), while “the elite” represent “special interests.” Obviously, “the people” is a construct, which can be defined in many different ways (Canovan 2005).

Nas áreas da justiça, segurança e imigração, o CHEGA está alinhado com as propostas comuns à autodenominada “direita iliberal” europeia. A introdução de legislação, no Código Penal, sobre a castração química como forma de punição de agressores sexuais, a qualquer culpado de crimes de natureza sexual cometidos sobre menores de 16 anos, é uma das ideias do CHEGA. Outra proposta do partido passa pela oposição frontal à tipificação do chamado «crime de ódio» na lei penal portuguesa. Ventura defende ser necessária uma reflexão sobre o regime de liberdade condicional ou sobre o agravamento da moldura penal para crimes particularmente graves, defendendo a obrigatoriedade de penas de prisão efetiva para quaisquer crimes de violação, sem possibilidade de pena suspensa, e introdução da pena de prisão perpétua para os crimes considerados mais graves, nomeadamente crimes de terrorismo ou homicídios com características específicas. Defende, ainda, a retirada de todos os privilégios nas prisões (salários, apoios sociais, bolsas de estudo, etc.) para reclusos condenados por terrorismo e quaisquer imigrantes ilegais.

As políticas do CHEGA incluem, em suma, o reforço de penas para crimes graves – incluindo castração química e prisão perpétua no programa – e o reforço das garantias de atuação das polícias. O discurso antielites é feito contra os partidos atuais, com propostas de redução do número de deputados e a mensagem de que a corrupção é generalizada. A mensagem anti-imigração, que mais atenção tem atraído, visa comunidades específicas, como a dos ciganos. Pelo meio, ataca indiscriminadamente os representantes do “sistema”, Presidente da República, Governo e a própria Assembleia da República, de que faz parte, mas de onde se exclui.

No discurso populista são recorrentes algumas temáticas, descritas e analisadas por alguns investigadores: a soberania é a do povo, assumindo a retoma das ideias de nacionalismos. Veja-se a definição do próprio partido CHEGA na sua página Facebook: “um partido político de base e natureza essencialmente popular. Nasce da incapacidade dos partidos e movimentos políticos existentes...”. Claramente no discurso explícito surge a “incapacidade dos outros...”.

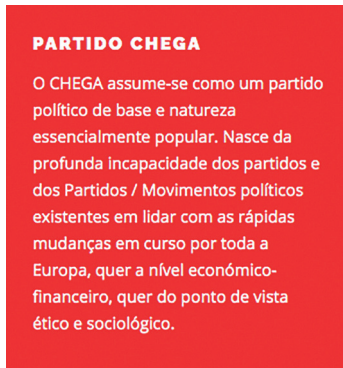


Figura 1: Página de entrada do partido: apresentação: <https://partidocheга.pt/>

2.1. O apelo ao povo: a oposição povo / elites

O apelo ao povo, no discurso populista, passa pela valorização deste, mobilizando-o para um 'apelo contra': um apelo a reagir contra as elites, contra os estrangeiros, contra as minorias étnicas, ou qualquer categoria social que seja considerada perturbadora ou ameaçadora para a nação portuguesa.

Assiste-se, pois, à instauração da dicotomia: o povo, categoria homogénea, maioritária, composta por pessoas autênticas, trabalhadoras e honestas, que, por ser maioritária, induz a uma forma de legitimação e que o líder do partido denomina "pessoas de bem"; em oposição às elites, minoritárias, heterogéneas, parasitas, ilegítimas e corruptas. A oposição é representada, maioritariamente, por políticos, burocratas e grupos financeiros. Fica comprovada a lógica de oposição identitária já referida por Jamin:

On peut parler d'une logique d'opposition identitaire en ayant d'un côté "nous" et "eux", les "bons" et les "mauvais", "ceux d'ici" et "ceux de là-bas" mais aussi des "nationaux" et des "étrangers". (Jamin 2009, p. 107)

Os *tweets* do fundador do CHEGA comprovam também este posicionamento. Atente-se neste exemplo, em que se assume que o partido é "a voz de um povo inteiro farto de corrupção e impunidade".

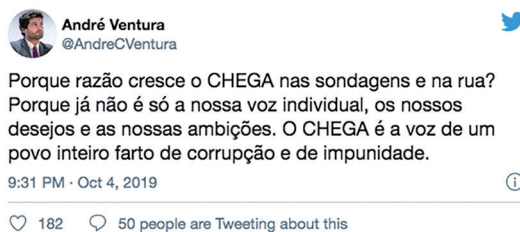


Figura 2: Post de André Ventura na rede social Facebook no dia 4 de outubro de 2019

2.2. O destinatário coletivo global

A segunda característica do discurso populista é que este se destina a toda a população e não se focaliza numa categoria social específica como a classe operária ou trabalhadora (como no caso do partido comunista), pois o objetivo é alcançar o maior número possível de pessoas.

Os discursos populistas visam desenvolver ao máximo o sentimento de pertença nacional e, portanto, construir uma rejeição de tudo o que não faz parte da nação, o que está em relação com o que anotaremos no ponto 2.4.

Além disso, podemos acrescentar que uma tónica do discurso populista é o desejo de “devolver o poder” ao povo por meio de muitas promessas; no entanto, em termos de programa político, muitas vezes não é claro. O ‘povo’, no discurso populista, pode ser definido por uma identidade étnica que sente estar ameaçada, em que perpassa igualmente um sentimento comum de ser vítima de exploração económica. O que importa é que se culpa uma classe de elites corruptas; no caso de populismos de direita, também podem desprezar-se algumas classes inferiores, sejam imigrantes ou minorias raciais, a quem as elites são acusadas de favorecer com tratamento especial como parte de sua conspiração para manter o poder longe de ‘pessoas comuns’.

2.3. A austeridade

Neste mesmo sentido, surge repetidamente a temática da ‘austeridade’, denunciando a corrupção dos mercados financeiros a nível mundial. Preconiza-se uma economia protecionista, com fronteiras fechadas, e critica-se a grande carga de impostos sobre os cidadãos comuns. No entanto, como explica Mudde

(2007), o partido focaliza-se prioritariamente nas temáticas da imigração, da segurança e na defesa dos valores tradicionais e conservadores, remetendo para um lugar secundário o tema da economia, dado este não se assumir como a base da sua ideologia. De resto, a palavra 'economia' não surge sequer no Manifesto Político Fundador, afirmando-se apenas sobre esta temática: "O CHEGA não aceita a máquina de extorsão de impostos a que hoje se resume o Estado português. Uma máquina de assalto ao cidadão, um cidadão unidimensional porque apenas visto como 'contribuinte'". Subscrive, por isso, o desmantelamento da estrutura policial subjacente ao Fisco como absoluta prioridade do partido, ao afirmar: "Será uma reforma que não deixará pedra sobre pedra do sistema tributário que onera, de forma absolutamente desproporcionada, todos aqueles que trabalham e geram riqueza". Atente-se nas expressões usadas "máquina de assalto ao cidadão" e "não deixará pedra sobre pedra", que concorrem para a radicalização do discurso, imbuídas de uma dimensão acusativa.

2.4. A exacerbação da identidade nacional: a soberania nacional política e económica

O discurso populista constrói-se a partir de um sentimento de pertença, de orgulho nacionalista, rejeitando tudo o que ameaça esta crença. Taguieff evidencia esta oposição, que justifica a dimensão retórica e não ideológica do populismo, pois o facto de expressar constantemente oposição não permite fundar uma posição doutrinária: "On explique cette opposition comme étant une rhétorique autour du blâme et de l'éloge, de la fascination et du rejet voire de l'amour et de la haine. (Taguieff, 2007 e Dockendorf & Kaise 2009, p. 84)

Por sua vez, a questão da identidade nacional está plasmada no discurso que exalta um patriotismo da nação (dos nascidos no país). Recorde-se, a este propósito, o discurso de Marine Le Pen, líder do Rassemblement National, partido francês considerado da mesma facção política, a 30 de outubro de 2020, manifestando-se contra o direito de os cidadãos de origem portuguesa aprenderem a língua dos seus pais e avós na escola e defendendo a obrigatoriedade do ensino exclusivo da língua e da cultura francesas². Atente-se na proximi-

2 Para a líder do Rassemblement National, o ensino do português, assim como o das outras línguas de origem, não tem cabimento no sistema educativo oficial do seu país. "O papel da educação nacional francesa é de fazer franceses os filhos dos imigrantes" (entrevista de Marianne Le Pen ao Expresso e Rádio Alfa, 9 de outubro de 2020, disponível em: <https://radioalfa.net/marine-le-pen-contra-o>

dade com o discurso xenófobo, em que se estabelece a distinção entre cidadãos de primeira e de segunda.

Teve ampla repercussão a posição política do líder do CHEGA, André Ventura, que, servindo-se da rede social Twitter, tem explicado e reforçado algumas das suas posições políticas mais polémicas. Atente-se na posição que assumiu sobre a comunidade cigana em Portugal:

“Temos tido uma excessiva tolerância com alguns grupos e minorias étnicas. Não compreendo que haja pessoas à espera de reabilitação nas suas habitações, quando algumas famílias, por serem de etnia cigana, têm sempre a casa arranjada. Já para não falar que ocupam espaços ilegalmente e ninguém faz nada. Quem tem de trabalhar todos os dias para pagar as contas no final do mês olha para isto com enorme perplexidade. Isto não é racismo nem xenofobia, é resolver um problema que existe porque há minorias no nosso país que acham que estão acima da lei.” (entrevista ao *Notícias ao Minuto*, julho 2017)

A posição do líder sobre a Europa e os imigrantes fica bem ilustrada nesta mensagem do Twitter, em que defende que a União Europeia detenha controlo efetivo sobre as pessoas, reforçando o perigo de uma vaga islâmica e deixando claro que para o seu partido estas pessoas terão “um bilhete só de ida”, pois, como afirmou em entrevista à *Rádio Renascença*, em maio de 2019, “para viver dos nossos impostos, já cá temos muitos, não precisamos de mais”.

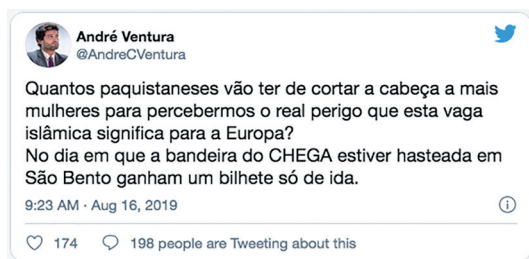


Figura 3: Post de André Ventura, rede social Facebook, 16 de agosto de 2019, disponível em: <https://www.facebook.com/AndreAmaralVentura/posts/116231276392098>

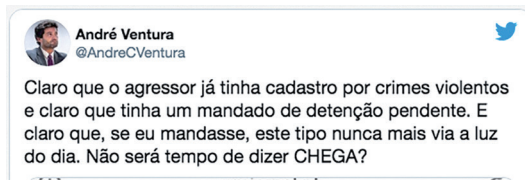


Figura 4: Post de André Ventura na rede social Facebook, 23 de janeiro de 2020

2.5. Identidade negativa

Naquilo que designamos retórica populista, a ideia fundadora é ‘estar contra’. A identidade alicerça-se na oposição ao seu contrário, na negação e na sua estigmatização.

Sistematicamente assume uma lógica da oposição identitária, assente na dicotomia atrás enunciada “nós e “eles”; os bons contra os maus, os nacionais contra os estrangeiros; a etnia branca contra as outras etnias, etc. Procede a uma análise do mundo, desenhando um futuro hostil e sombrio. A mundialização é uma ameaça contra a nação e a identidade nacional, responsabilizando, recorrentemente, os partidos da governação e as elites pela evolução negativa, criando cenários exagerados e recorrendo ainda ao pânico identitário (Monzat 2011). Taguieff explica essa oposição como uma construção retórica em torno da culpa e do elogio, fascinação e rejeição, até mesmo amor e ódio. (Taguieff 2002)

Outra ideia que perpassa é construída através da imagem da imigração que o líder tenta associar ao conceito de dependência, de insegurança. Nas questões sociais marca-se explicitamente a hostilidade às comunidades homossexuais e a recusa do aborto assistido, em franca oposição à liberalização da moral vigente, que é sinal de decadência.

Atente-se nesta outra passagem do referido Manifesto:

Recusar a ditadura da Ideologia de Género; recusar o aborto-a-pedido ou as cirurgias de mudança de SEXO pagas pelos contribuintes. Recusar o apoio do Estado a toda a panóplia dos frutos do marxismo cultural. Recusar as fronteiras escancaradas para que traficantes de carne humana não venham aqui despejar aquilo a que entre eles apelidam de “a mercadoria”.

No Manifesto Político Fundador do CHEGA está bem clara esta posição da reintrodução da prisão perpétua:

Reintroduziremos a pena de prisão perpétua para crimes bárbaros e horrendos que chocam a comunidade e propiciam um fortíssimo sentimento de perturbação constante da paz e da ordem pública. Igualmente a redefinição das penas criminais, nomeadamente em crimes de homicídio, terrorismo, corrupção, violação e abuso sexual de menores (será apresentada uma proposta legislativa para a previsão da designada castração química nestes casos), é prioridade fundamental do CHEGA, que para isso lutará arduamente em todas as plataformas políticas e institucionais a que tenha acesso.

Outro tema que se afigura recorrente no discurso populista é o da reintrodução da pena de morte. Recorde-se que Portugal foi o primeiro Estado soberano da Europa a abolir pena de morte (1867) para todos os crimes, mas André Ventura considera que esta deve ser reintroduzida no sistema, pelo que promoveu um referendo no seu partido³. Assinale-se que neste referendo (setembro de 2020), 56% dos militantes pronunciou-se contra a pena de morte e os restantes 44% a favor. Foram igualmente chamados a votar sobre o sucessor de André Ventura na liderança do partido, sendo ele o único candidato ao cargo, tendo obtido 99% dos votos, confirmando esta votação a liderança carismática do líder que abordaremos a seguir.

3. O *ethos* carismático do líder do partido CHEGA, André Ventura

Sabemos que não existe populismo sem uma figura de proa carismática que seja mobilizadora e que represente a imagem do chefe, do salvador da pátria, que detenha uma clarividência para saber lutar contra as elites e, sobretudo, que detenha uma excelente capacidade retórica e argumentativa.

Embora a liderança carismática nem sempre seja entendida como subjacente à definição de populismo, é entendida como facilitadora para a compreensão do fenómeno (Hawkins 2010; Kaltwasser 2015) e é um atributo que sobressai nos exemplos analisados de discursos populistas, como fica demonstrado em Zúquete (2017), no artigo “Populism and Religion”, um capítulo de enorme relevância, constante em *The Oxford Handbook of Populism*.

3 Era a seguinte a questão colocada no referendo: “Concorda com a aplicação da pena de morte em casos de terrorismo, homicídio qualificado, abusado sexual de menores ou violação, quando decorram em contexto de especial perversidade ou censurabilidade a definir em lei especial?”

Confirma-se, assim, o pressuposto enunciado por Drămnescu:

From this point of view, populism is more than a simple movement of the masses, it is rather the reaction of the masses to a critical situation and to the appeal, felt as heroic, of a charismatic leader who opposes the power by mobilizing the entire nation. (2014, p. 5)

Todavia, esta ascendência carismática que comumente se atribui aos líderes populistas não é, para alguns analistas, como Hermet (2003) e Dockendorff e Kaiser (2009), apanágio do fenómeno político, já que este tipo de liderança acontece em outros estilos políticos, religiosos, desportivos e, mesmo, sociais.

Há seis imagens que em geral se associam ao líder:

3.1. São homens à frente do seu tempo e, nas narrativas dos partidos populistas, as ideias são interpretadas como sinais da clarividência individual do líder. Acima de tudo, o líder, como profeta, recebe elogios tanto por expor as duras verdades quanto por um compromisso incansável, pelo uso da 'palavra', para expor e destruir as mentiras do paradigma oficial dominante que é promovido pelas elites, que são inimigas do povo. A natureza profética dos líderes é reforçada pela maneira pela qual, aos olhos dos militantes, estilham a falsa visão produzida pelos grupos dominantes e incorporam as vozes atualmente sob domínio, ou que têm estado sob tal domínio.

3.2. A segunda imagem é a do líder como arquétipo moral. As narrativas desses movimentos retrataram os seus respetivos líderes como figuras exemplares. Isto, claro, há muito tempo é visto como parte do arsenal da verdadeira liderança. No século XIX, o teórico social vitoriano Walter Bagehot expressou sua crença que os homens são guiados pelo tipo, não pelo argumento. Nesses casos contemporâneos, o poder do exemplo do líder emana tanto das suas qualidades pessoais como das suas conquistas de vida.

3.3. O líder também é o mártir. Os *scripts* internos destes movimentos compartilham o tema dominante do autossacrifício do líder pela causa. A aflição pessoal realça a imagem missionária do líder como uma figura heroica e estoica que passa pela dor e por tribulações para o cumprimento da missão.

3.4. O líder é o povo. Os movimentos retratam os líderes como personificações do 'homem comum', com qualidades, atitudes e estilos de vida quotidianos. Incorporam o antielitismo radical dos movimentos que lideram. O seu caráter e o seu comportamento ensaiam posicionar-se no extremo oposto das elites egoístas e indiferentes que o povo despreza. Os líderes, por serem do

povo, têm uma atuação direta, espontânea, intuitiva, quase transmitindo em direto o pensamento sub-reptício do povo. Esta dimensão demótica é crucial para a estratégia de autolegitimação como salvadores da comunidade. André Ventura, porém, não cumpre este pressuposto, dado que detém o grau de doutor em Direito, foi professor universitário, consultor na área jurídica de diversas empresas e inspetor tributário⁴.

3.5. Na mesma linha, o líder também é o Partido. O partido político serve para preservar a primazia do líder, bem como o apego pessoal entre os seguidores e o líder. O facto de cada líder estar presente no momento da criação dos partidos (são os fundadores) é mais um fator que explica a natureza altamente personalizada de cada organização. Veja-se, a este propósito, o que aconteceu nos dias da campanha para as eleições regionais nos Açores (25 de outubro de 2020), em que o líder nacional André Ventura contrariou o líder local do *Chega*, vincando a sua liderança e autoridade.

3.6. Em alguns movimentos populistas, há uma identificação da figura do líder com a de missionário. A narrativa central produzida, por exemplo pelas indústrias Le Pen e Chávez, consistia na sacralização dos seus líderes como figuras semelhantes a salvadoras movidas por um sentido profundo de missão para salvar o povo. Este tema predominante confirma o princípio de Robert C. Tucker, na linha de Max Weber, que defendem que “a liderança carismática é especificamente salvacionista ou messiânica por natureza e aqui reside a sua distinção (1968, p. 743).

Um exemplo que ilustra este espírito missionário: na prisão, após o golpe fracassado para derrubar o governo venezuelano, Chávez escreveu uma carta a um amigo, em que se justificava da seguinte forma

Eu não quero nada mais para mim do que estar com os sonhos e esperanças do meu povo e do imenso compromisso que agora sinto nos meus ombros. Eu sinto, querido amigo, que uma força mais forte do que eu está me arrastando como em um furacão. Eu não sinto que pertenço a eu mesmo, sinto que tudo isso me excede. Eu não tenho aspirações pessoais, tenho uma missão (Garrido 2002, p. 91).

A maneira como o líder realiza a missão é, portanto, de grande importância no desenvolvimento da dinâmica carismática (Willner 1984). Tudo isso está interligado com a visão da política como salvação que permeia as estratégias discursivas (verbais e simbólicas) destes movimentos populistas.

4 Vide: <https://partidochega.pt/o-presidente/>

Com base nestes seis pressupostos e na classificação proposta por Charaudeau (2015), em que defende que as noções de *ethos* e carisma são duas categorias distintas da legitimidade, podemos facilmente depreender que o discurso carismático de Ventura decorre desse jogo de imagens que Charaudeau refere como condição para esta construção do *ethos* carismático, que é o da interação:

Le charisme est une affaire d'échange. Il résulte de l'interaction entre des images et des regards qui entrent en résonance et se font écho. Il faut que la personne charismatique se présente comme un miroir-médiateur de cet au-delà, de sorte que le public soit attiré dans un mouvement d'identification, et en même temps mesure que derrière le miroir il y a un idéal, une pureté, un absolu, inatteignable, une sorte de "désir inessentiel". (Charaudeau 2015, p. 7)

Dos vários tipos carismáticos recenseados, descritos e ilustrados por Charaudeau (messiânico, cesarista, enigmático, *sage*, de *alma mater*), encontramos apenas alguns traços deste carisma messiânico no líder André Ventura, sendo claro que é um iniciado, embora esta ascensão no seio do seu partido e a aceitação das suas ideias nos leve a questionar esta forma de construção rápida deste tipo de carisma, em que exalta os valores identitários, ajuda a reforçar a necessidade das condições utópicas da nação como fundadoras da comunidade. Alia-se nesta construção do carisma messiânico naturalmente a assunção da imagem de profeta da desgraça que anuncia potenciais catástrofes e estigmatiza os outros: as formas de representação política e mediática (a classe política, as elites, os *media*); os *lobbies* (grupos de interesse capitalista, a especulação, as corrupções bancárias); as instituições políticas e os adversários coletivos. De resto, a imagem que o líder constrói está em sintonia com as expectativas do povo, na construção de um suporte de identificação, pois "o *ethos* político deve, portanto, mergulhar nos imaginários populares mais amplamente partilhados, uma vez que deve atingir o maior número, em nome de uma espécie de contrato de reconhecimento implícito" (Charaudeau, 2013, p. 87). No caso em análise, o líder deseja convencer todos da pertinência e da ousadia do seu projeto político exibindo, assim, um *ethos* de arrogância. Ora, como anota Marques, "a acusação de arrogância fragiliza o destinatário, ao identificá-lo com uma imagem autoritária, ditatorial, a partir de um contexto de democracia" (Marques 2008, p.7)

4. A (des)cortesia dissimulada e a sua relevância na construção do discurso populista

Os estudos de cortesia privilegiam a análise de estratégias discursivas que subjazem à construção da harmonia social das interações. Em polo oposto, os estudos sobre descortesia e violência verbal privilegiam a análise dos comportamentos verbais que visam ferir a imagem do outro e, de alguma forma, estigmatizá-lo. Sobre estes conceitos, ratificamos as considerações de Kaul de Marlangeon, que defende a existência de um *continuum*:

A cortésia y la descortésia son dos aspectos del mismo continuo, o sea, dos valuaciones opuestas de la misma function, concepto que permite abarcar naturalmente ambos fenómenos, sin planteraos como simples opuestos polares (2008, p. 256)

A cortesia verbal consiste em não produzir atos que ameacem quer a face positiva que corresponde, segundo C. Kerbrat-Orecchioni “au narcissisme et à l'ensemble des images valorisantes que les interlocuteurs construisent et tentent d'imposer d'eux-mêmes dans l'interaction” (1992, p. 168), quer a face negativa, entendida como “Le territoire corporel, spatial, temporel, bien et réserves, matérielles ou cognitives de l'interlocuteur” (*idem*, p. 167).

Qualquer ameaça às faces constitui um FTA (*Face Threatning Act*), na medida em que o locutor “põe em risco o narcisismo” (*idem*, p. 170) do seu interlocutor. Todavia, a ameaça à face não é uma descortesia verbal *per se*. Para identificar a descortesia, é necessário ter em conta elementos extralinguísticos tais como o contexto da enunciação, o estatuto e a relação entre os interlocutores, o objetivo do discurso, etc. Para que exista agressividade verbal, o locutor assume através do seu discurso a realização de um ato perlocutivo como desacreditar, desqualificar, depreciar, insultar, refutando as ideias ou desacreditando o(s) outro(s).

Para abordar aqui a noção da cortesia dissimulada, ancorar-nos-emos naturalmente na teoria da cortesia verbal, proposta por Brown e Levinson (1978, 1987), e revista por Kerbrat-Orecchioni, Watts, Terkouraffi, Fraser (1990) e Culpeper (1996). Tomaremos aqui a aceção de cortesia como um princípio de regulação social das interações, sublinhando a ideia defendida por Kerbrat-Orecchioni (1992) que a cortesia não se localiza ao nível do conteúdo, da informação transmitida, mas ao nível da relação interpessoal, que é necessário regular. Bousfield (2008) define que a descortesia verbal constitui um FTA

intencional, gratuito e conflituoso que foi produzido de forma propositada. Por sua vez, Culpeper, Haugh e Kádár (eds, 2008) sublinham a intenção de causar um dano da face. De facto, quando a intenção é desqualificar o interlocutor, a violência parece mostrar-se uma estratégia eficaz e, como tal, conforme expuseram Cabral e Lima (2017), precisa estar linguisticamente marcada, por exemplo, com o emprego de um qualificador de carácter pejorativo. Por sua vez, Terkourafi (2008) subscreve que a descortesia e a agressividade verbais ocorrem quando a expressão utilizada não é convencional relativamente ao contexto em que ocorre. Segundo Culpeper (1996), as estratégias discursivas ao serviço da descortesia verbal são tradicionalmente categorizadas: diretas [*Bald on record impoliteness*] quando expressas de maneira clara; positivas [*positive impoliteness*], quando ameaçam a imagem positiva; negativas [*negative impoliteness*], quando fere a imagem negativa; e dissimuladas [*sarcasm or mock politeness*], quando o enunciado parece cortês, mas é irónico ou sarcástico; não-cortesias [*Withhold politeness*], quando se trata da ausência de cortesia em contextos nos quais essa é esperada.

Nos discursos do líder do CHEGA, é frequente uma cortesia aparente, que é expressa linguisticamente através de modalizadores, atenuadores e pela assunção da responsabilidade do enunciador através de enunciados prévios (“peço desculpa”, “parece-me”) correspondentes a uma cortesia dissimulada. A polemicidade que caracteriza o seu discurso e pela qual o líder é reconhecido decorre da transgressão das regras de cortesia linguística que domina e estrutura o discurso, a fim de convencer o público da validade das suas ideias enquanto desacredita as políticas vigentes.

Vejamos, então, a aplicação dos conceitos teóricos que recenseámos em alguns excertos de discursos do líder do CHEGA:

(AV 1) Digam o que quiserem, mas um homem que espeta uma faca num bebé para se vingar da companheira e faz um vídeo desse ato atroz, **não merece provavelmente voltar a pôr os pés cá fora**. Os portugueses estão fartos de um sistema de justiça que parece brincadeira. (2 de setembro de 2017)

A identificação da sua voz como a do povo que representa, com o coletivo “os portugueses estão fartos de um sistema que parece brincadeira” “Não merece provavelmente voltar a pôr os pés cá fora” assume-se com uma condenação, mas a expressão metafórica contribui para a atenuar esse julgamento.

Seguidamente, atentemos nestas três passagens de discursos de André Ventura:

(AV 2) Temos de deixar cair o mito de que todos [os presos] são ressocializáveis. O trabalho em prol da sociedade deve ser uma obrigação dos presos”. “Devem trabalhar em prol da comunidade que agrediram e cujos valores fundamentais colocaram em causa”, acrescenta, sublinhando que é uma forma de “integração social” porque “o trabalho promove disciplina, interação e consciência social”, e também “uma compensação à sociedade” pelos crimes cometidos. (18 de agosto de 2017)

(AV 3) Sou um defensor acérrimo da prisão perpétua periodicamente revista. (12 de maio de 2020)

(AV 4) Muitos dos terroristas que estão presos voltariam a atacar se fossem colocados em liberdade hoje, assim como muitos pedófilos ou violadores. (20 de abril de 2020)

Nestes três exemplos, atestamos as posições intransigentes e radicais do líder que, se, por um lado, chocam algumas mentes, por outro granjeiam simpatia por se assumirem como formas definitivas de calar e eliminar setores, demonstrando, assim, intolerância e prepotência.

Repare-se, contudo, que quando o líder do partido CHEGA é questionado mais diretamente sobre se é a favor da pena de morte, assume, primeiramente, através de uma (des)cortesia dissimulada, que não a defende nem a deseja para Portugal para, logo de seguida, num discurso contraditório e violento, defender a pena de morte para algumas situações que identifica:

(AV 5) Tentaram associar-me à pena de morte, mas acho que a pena de morte deve ser evitável, e deve ser evitável ao máximo porque nós não somos Deus para tirar a vida a ninguém (12 de agosto de 2020).

Atente-se, seguidamente, nesta passagem (AV5), em que há um ato de culpabilização remetendo para outrem (construção elítica de sujeito, com uma terceira pessoa de plural genérica) e assumindo um posicionamento cortês, justificado através da invasão do dom divino da vida, com o intuito de reforçar a sua visão católica e tolerante perante uma questão social de enorme importância, retomando a trilogia ‘Deus, Pátria, Família’, apanágio do imaginário do Estado Novo, como bem demonstrou Aguiar (2017).

Todavia, logo de seguida, (AV6) afirma perentoriamente o contrário, assumindo-se a favor da pena de morte e convocando naturalmente o seu *ethos* de liderança e de autoridade, de especialista em Direito e, enumerando os factos, por ordem cronológica, constrói a “narrativa dramatizante” que subjaz ao discurso de manipulação (Charaudeau 2009) e que justifica a aplicação da pena de morte, ressuscitando, assim, de forma inequívoca, a sua visão de não tolerância e de afirmação da sua posição radical, construída através da pergunta retórica e do reforço da negativa de exclusão total.

(AV6) Acho que isto não é justiça. Eu sei que o direito penal não se faz para castigar, sou professor de Direito. É essencialmente para reintegrar e prevenir. Mas não dá sentimento de justiça a ninguém que um indivíduo – que mata o número de pessoas que PD⁵ matou, da forma fria como matou, a carnificina que se seguiu, a forma como tentou encobrir os crimes e a forma fria como se mostrou em tribunal, mostrando que tem um padrão e que provavelmente até poderá voltar a matar – tenha uma pena destas. Por isso mesmo, sou a favor que se faça o que se fez agora em Espanha, se aplique a pena de morte.

Não o defendo nem desejo para Portugal. Outra coisa é se me choca que um terrorista que põe fim à vida de 30 ou 40 pessoas seja executado, ou um pedófilo que viola e assassina várias crianças? Não choca! Absolutamente nada. Se me quiserem julgar por isso julguem... mas acho que ainda vivemos num país em que a opinião é livre. (entrevista André Ventura, 11 de outubro de 2018)

Esta mesma posição de cortesia dissimulada, presente num *ethos* que inicialmente parece ser de tolerância e de compreensão do outro, degenera sempre na afirmação explícita do seu pensamento radical, explicitando cruamente, através de uma exclamativa de negativa, seguida de uma construção enfática de negação (com o advérbio intensificador “absolutamente”), que enfatiza a sua drástica posição.

Outro dos temas polémicos é o casamento homossexual. Numa entrevista ao líder do CHEGA (9 de fevereiro de 2020), o entrevistador afirma: “Uma das propostas do CHEGA é a proibição do casamento homossexual. Esta foi possivelmente a que causou mais contestação nas redes sociais. Como justifica?”

Similarmente ao exemplo anterior, a resposta inicial (AV8) configura uma cortesia dissimulada, expressa através de um ato de elogio pela oportunidade

5 Refere-se a um caso mediático em Portugal, sendo PD as iniciais do nome de Pedro Dias, que foi condenado por três crimes de homicídio qualificado na forma consumada à pena máxima de prisão por 25 anos, em março de 2018.

da questão, um ato de agradecimento, reafirmando a sua pertinência e prosseguindo na sua afirmação clara de político inclusivo, tolerante, para captar o seu auditório:

(AV 8) Ainda bem que me fez essa pergunta, muito obrigada, porque ainda não tive oportunidade de esclarecer isso. Sou obviamente contra qualquer restrição de direitos dos homossexuais [...]. Acho que têm esse direito: de se unir, em termos fiscais e jurídicos acho que devem ter exatamente os mesmos direitos.

Estranhando esta posição, o entrevistador insiste:

E: Portanto, não se coloca a questão de criminalizar as relações homossexuais?

(AV9): (a) Nunca, nunca, pelo amor de Deus. Isso sim seria um retrocesso que ninguém compreenderia.

(b) Há pouco dizia-lhe que defendo que os pedófilos devem ser quimicamente castrados – aqui há uma relação de ato criminoso com consequência penal. Agora, por gostarem de pessoas do mesmo sexo? Por quererem viver com pessoas do mesmo sexo? Estão no seu direito, e estão no direito de fazer o seu caminho em busca da felicidade, é isso que temos todos de fazer.

Só não estão no direito de casar por eu entender que há uma série de decorrências jurídicas da figura do casamento que acho que não devem *ser ipsa verbis* aplicadas a pessoas do mesmo sexo que se decidam unir” [...]

(c) De resto, queria deixar isto muito claro: não defendo nenhum tipo de discriminação contra casais homossexuais, e acho até que estamos muito pouco evoluídos em matéria de defender essas pessoas. Queria deixar essa mensagem bem clara.

Face à questão colocada pelo entrevistador, Ventura nega categoricamente em a), invocando, como é seu hábito, a fórmula de rotina “pelo amor de Deus”, que encerra um valor de cortesia, na medida em que é uma fórmula convencional, pragmaticamente fixa, indicadora de um padrão convencional de comportamento, habitualmente usada com esse valor de justificação, equivalendo a uma negação absoluta que não admite exceção.

Em AV9 b), o líder político instaura, mais uma vez, a falácia entre a primeira parte da resposta, estrategicamente ao serviço da cortesia dissimulada, e os enunciados seguintes, em que assume perentoriamente o seu pensamento, quer reiterando a defesa da castração química para pedófilos, quer assumindo que os homossexuais podem juntar-se, mas não casar.

Na parte final da resposta (AV9 c), numa estratégia de retoma do discurso delicado e condescendente inicial (AV9 a), relembra, em tom de aviso, a sua posição compreensiva e conivente, afirmando que não defende nenhum tipo de discriminação, evidenciando o seu posicionamento 'contra'. Prossegue com um juízo crítico sobre a mentalidade social para ensaiar mostrar o seu *ethos* de competência e de liderança, afirmando-se precursor da necessidade de novas reflexões sobre o tema. O enunciado final "Queria deixar bem clara esta mensagem" configura um ato de confirmação, espelhando o seu *ethos* de convicção e assumindo intrinsecamente um *ethos* arrogante que deriva de uma pretensa superioridade moral (Marques 2008).

Considerações finais

A maioria dos estudos sobre os movimentos populistas subscreve o posicionamento do analista político Mudde, que demonstra que o populismo é uma forma política que apregoa a oposição entre uma elite corrupta, com uma moral virtuosa, e o povo (Mudde, 2007).

Ensaíamos mostrar que o populismo não é apenas uma ideologia preconizada por líderes políticos carismáticos nem um movimento de combate ao modelo representativo da democracia. Contrariamente a estas posições, advogamos que o populismo deverá ser encarado como um conjunto de estratégias discursivas utilizadas de forma artilosa pelos políticos para desafiar o *status quo* vigente. Embora uma classificação binária seja comum a toda a retórica populista, expressa no vilipendiar das elites e na glorificação do povo, importa descodificar a construção discursiva para perceber se estamos face a uma ideologia coerente ou apenas a uma interpretação de um conjunto de ideias que, numa lógica moral rudimentar, oferece uma crítica simplista das configurações de poder existentes, como anota Bonikosvsky (2016). Assim, a abordagem do fenómeno deverá centrar-se ao nível do discurso e, concomitantemente, ao nível das estratégias retóricas do líder que as usa como instrumento estratégico para captar não apenas os seus apoiantes fervorosos, mas o eleitorado em geral, numa retórica que é considerada incendiária.

No caso do partido CHEGA, o líder mobiliza as identidades coletivas de exclusão, e, embora se expressem ideias de hostilidade e de ameaça, o seu discurso exhibe uma atitude favorável à satisfação completa dos desejos do povo, uma forma de cortesia dissimulada que tem como objetivo agradar afetiva-

mente a um largo conjunto de cidadãos. Como defendem Hernandez-Flores e Infante (2015, 2018), esta cortesia dissimulada, direcionada para um grupo, provoca inevitavelmente uma descortesia relativamente aos excluídos, de modo que, ao acentuar esta atração empática com o povo, rejeita os demais.

Em suma, as estratégias discursivas preponderantes nos exemplos analisados seguem um esquema de funcionamento: primeiramente, uma cortesia dissimulada, na medida em que o primeiro enunciado é de captação do auditério, mascarando o seu posicionamento. Esta mesma posição de cortesia dissimulada, presente num *ethos* que inicialmente parece ser de tolerância e de compreensão do outro, pende sempre para a afirmação explícita do seu pensamento radical, negando o discurso anterior, ao serviço do que designámos a retórica populista de ‘estar contra’. A credibilidade discursiva é construída a partir de uma voz autorizada que decorre do seu legítimo cargo de líder absoluto do partido.

Referências

- Aguiar, M. (2017). Manipulação nos discursos presidenciais de tomada de posse do Estado Novo – estratégias discursivas e manipulatórias. *REDIS*, 6, 12-37. Consultado em <https://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/15709.pdf>
- Amossy, R. (Dir.). (1999). *Images de soi dans le discours. La construction de l'ethos*. Lausanne: Delachaux et Niestlé.
- Amossy, R. (2008). Dimension rationnelle et dimension affective de l'ethos. In M. Rinn (Org.), *Émotions et Discours. L'usage des passions dans la langue* (pp. 113-125). Rennes: Presses Universitaires de Rennes.
- Bonikowski, B. (2016). Three Lessons of Contemporary Populism in Europe and the United States. *Brown Journal of World Affairs*, Vol. XXIII, 9-24.
- Bousfield, D. (2008). Impolitenesse in the struggle for power. In D. Bousfield & M. A. Locker (Eds.), *Impoliteness in Language* (pp. 127-153). Berlin/NY: Mouton de Gruyter.
- Brown, P. e Levinson, S. (1987). *Politeness – some universals in language usage*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Cabral, A. L. & Lima, N. V. (2017). Argumentação e polémica nas redes sociais: o papel de violência verbal. *Signo*. 42(73), 86-97. Consultado em <http://online.unisc.br/seer/index.php/signo>
- Canovan, M. (1981). *Populism*. New York e London, Harcourt Brace Jovanonich.
- Charaudeau, P. (2005). *Le Discours Politique – Les Masques du Pouvoir*. Paris: Vuibert.
- Charaudeau, P. (2011). Réflexions pour l'analyse du discours populiste. *Mots. Les langages du politique*, 97, 101-116. Consultado em <http://journals.openedition.org/mots/20534>

- Charaudeau, P. (2015). Le charisme comme condition du leadership politique. *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 7. <https://doi.org/10.4000/rfsic.1597>
- Charaudeau, P. (2016). Du discours politique au discours populiste. Le populisme est-il de droite ou de gauche? In F. Corcuera *et alii* (Dir. de), *Les discours politiques. Regards croisés* (pp. 32-43). Paris: L'Harmattan. Consultado em <http://www.patrick-charaudeau.com/Du-discours-politique-au-discours.html>
- Culpeper, J. (1996). Towards an anatomy of impoliteness. *Journal of Pragmatics*, 25(3), 349-367. [https://doi.org/10.1016/0378-2166\(95\)00014-3](https://doi.org/10.1016/0378-2166(95)00014-3)
- Culpeper, J., Haugh, J. & Kádár, D. (Eds.) (2017). *The Palgrave Handbook of Linguistic (Im) Politeness*. London: Palgrave Macmillan .
- De la Torre, C. (2003). Masas, pueblo y democracia: un balance crítico de los debates sobre el nuevo populismo. *Revista de Ciencia Política*, 23(1), 55-66. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-090X2003000100005>
- Dockendorff, V., A. & Kaiser B. V. (2009). Populismo en América Latina. Una revisión de la literatura y la agenda. *Revista Austral de Ciencias Sociales*, 17, 75-100. <https://doi.org/10.4206/rev.austral.cienc.soc.2009.n17-05>
- Drămnescu, M. (2017). Populism and Democratic Values. *South-East European Journal of Political Science, Populism and its Metamorphoses, Vol. II*, n.º 1-2, 1-16.
- Flores, M. E. & Infante J.-M. (2015). Imagen y descortesía en el discurso de los políticos mexicanos. In D. Bravo & M. Bernal (Eds.), *Perspectivas socio-pragmáticas y socio-culturales del análisis del discurso* (pp. 265-303). Buenos Aires: Dunke.
- Flores, M. E. & Infante, J.-M. (2018). Discurso sobre el populismo en México. Un estudio socio-pragmático. *Revista Internacional sobre Lingüística del Español*, 6(1), 99-129.
- García-Pelayo, M. (1964). *Mitos y símbolos políticos*. Madrid: Taurus.
- Godin, C. (2012). Démocratie et populisme. In Y.-Ch. Zarka (Dir. de), *Démocratie, état critique*. (pp. XXX-XXX). Paris: Armand Colin.
- Hawkins, K. A. (2010). *Venezuela's Chavismo and Populism in Comparative Perspective*. New York: Cambridge University Press.
- Kalyvas, A. (2008). *Democracy and the Politics of the Extraordinary: Max Weber, Carl Schmitt, and Hannah Arendt*. New York: Cambridge University Press.
- Kerbrat-Orecchion, C. (1992). *Les Interactions verbales. Tome II*. Paris: A. Colin.
- Hermet, G. (2003). El populismo como concepto. *Revista de Ciencia Política*, 23(1), 5-18. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-090X2003000100001>
- Jamin, J. (2009). *L'imaginaire du complot: discours d'extrême droite en France et aux États-Unis*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Laclau, E. (1987). Populismo y transformación del imaginario político en América Latina. *Journal of Latin American Studies*, 30(2), 223-248.
- Laclau, E. (2005). *On Populist Reason*. London: Verso.

- Latifi, V. (2014). The Populism of the Political Discourse. Metamorphoses of Political Rhetoric and Populism In *South-East European Journal of Political Science, Populism and its Metamorphoses, Vol. II*, n.º 1-2, 173-192.
- Maingueneau, D. (1999). Ethos, scénographie, incorporation. In R. Amossy (Dir. de), *Images de soi dans le discours. La construction de l'ethos* (pp. 75-100). Lausanne: Delachaux et Niestlé.
- Marques, M. A. (2008). Arrogância e construção do ethos no discurso político. In *Actas do III Simpósio Internacional de Análise do Discurso* (pp. 1-10). Belo Horizonte: Universidade Federal de Minas Gerais. Consultado em <https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/27048/1/Arrog%C3%A2ncia%20e%20ethos.pdf>
- Mudde, C. (2004). The Populist Zeitgeist. *Government and Opposition*, 39(4), 541-563.
- Mudde, C. (2007). *Populist Radical Right Parties in Europe*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Mudde, C. & Kaltwasser, C. R. (2017). *Populism: A Very Short Introduction*. Oxford: Oxford University Press.
- Mayern, N. (2005). Votes populaires, votes populistes. *Hermès*, 42, 161-166.
- Monzat, R. (2011). *La montée des mouvements de droite radicale et des populistes xénophobes en Europe*, pp. 147-152. Consultado em http://www.espacesmarx.net/IMG/pdf/T_N9_Monzat.pdf
- Raynaud, P. (2017). Le populisme existe-t-il? *Questions internationales*, 83, 44-56.
- Sironneau, J.-P. (2000). *Métamorphoses du mythe et de la croyance*. Paris: L'Harmattan.
- Taguieff, P.-A. (2007). *L'illusion populiste*. Paris: Flammarion.
- Taguieff, P.-A. (2012). *Le nouveau national-populisme*. Paris: CNRS.
- Terkourafi, M. (2008). Toward a unified theory of politeness, impoliteness and rudeness. In: D. Bousfield & M. A. Locker (Eds.), *Impoliteness in Language* (pp.45-74). Berlin/NY: Mouton de Gruyter.
- Tucker, R. C. (1968). The theory of charismatic leadership. *Daedalus*, 97(3), 731-56.
- Willner, A. R. (1984). *The Spellbinders: Charismatic Political Leadership*. New Haven: Yale University Press.
- Van Dijk, T. (2008). *Discurso e poder*. São Paulo: Contexto.
- Zúquete, J. P. (2017). Populism and Religion. In C. R. Kaltwasser, P. Taggart, P. Ochoa Espejo & P. Ostiguy (Eds.), *The Oxford Handbook of Populism* (pp. 1-26). Oxford: Oxford University Press. <http://dx.doi.org/10.1093/oxfordhb/9780198803560.013.22>

Populismo(s) e suas manifestações

«A sustentabilidade da política e dos discursos políticos como discursos públicos deve necessariamente contemplar as disrupções dos populismos. Diríamos, mesmo, que não há política sem populismo. Quebra-se, assim, uma das primeiras marcas de populismo assente na dicotomia nós – eles. A questão não estará, pois, em suprimir os discursos e atos populistas, mas em encontrar as raízes do fenómeno, determinar as suas características e os contextos de ocorrência, circunscrever, numa palavra, os modos de tais manifestações.»

guagens



CEHUM
Centro de Estudos Humanísticos
da Universidade de Lisboa

FCT
Fundação para a Ciência e a Tecnologia
Identificação para a Ciência e o Desenvolvimento
UIDP/00305/2020

COMPETE
PROGRAMA OPERACIONAL DE FACTOR COMPETITIVIDADE

QREN
QUADRO DE REFERÊNCIA
ESTRATÉGICO
NACIONAL
2014-2020

 **UNIÃO EUROPEIA**
Fundo Europeu de
Desenvolvimento Regional

ISBN 978-989-755-789-7



9 789897 557897