

AUTENTICIDADE E A NORMALIZAÇÃO DO ÓDIO POR POLÍTICOS DE EXTREMA DIREITA

Authenticity and the normalization of hatred by far-right politicians

Autenticidad y la normalización del odio por políticos de extrema derecha

Henrique Mazetti¹

DOI: 10.31501/esf.v3i31.15274

Resumo: O artigo analisa como o ideal da autenticidade é mobilizado por políticos de extrema direita. Para tanto, discutimos as relações entre mídia, autenticidade e política. A partir deste arcabouço teórico, analisamos matérias jornalísticas que articulam a ideia de que Jair Bolsonaro é autêntico. A análise empírica permite compreender as dimensões da autenticidade associadas ao ex-presidente. Destaca-se como a noção de ser fiel a si mesmo permite a normalização de expressões de ódio e violência.

Palavras-chave: Autenticidade. Mídia. Política. Extrema direita. Ódio.

Abstract: The article analyzes how the ideal of authenticity is mobilized by far-right politicians. To this end, we discuss the relationship between media, authenticity and politics. Based on this theoretical framework, we analyzed journalistic articles that articulate the idea that Jair Bolsonaro is authentic. The empirical analysis allows us to understand the dimensions of authenticity associated with the former president. It stands out how the notion of being true to oneself allows the normalization of expressions of hatred and violence.

Keywords: Authenticity. Media. Policy. Far right. Hatred.

Resumen: El artículo analiza cómo los políticos de la extrema derecha movilizan el ideal de la autenticidad. Para ello, discutimos las relaciones entre medios, autenticidad y política. A partir de este marco teórico, analizamos artículos periodísticos que articulan la idea de que Jair Bolsonaro es auténtico. El análisis empírico permite comprender las dimensiones de autenticidad asociadas al expresidente. Se destaca cómo la noción de ser fiel a uno mismo permite normalizar expresiones de odio y violencia.

Palabras-clave: Autenticidad. Medios de comunicación. Política. Extrema derecha. Odio.

¹ Doutor em Comunicação e Cultura pela ECO/UFRJ; Professor do Departamento de Comunicação Social da UFV, Viçosa - MG, Brasil. mazetti@ufv.br | <https://orcid.org/0000-0001-5498-8294>.

Introdução

Durante o período de campanha para a eleição presidencial na Argentina, no final de 2023, dois vídeos protagonizados por Javier Milei, político de extrema direita, que eventualmente sairia vencedor do certame, circularam com grande frequência nas plataformas digitais, inclusive entre o público brasileiro. Em um deles, produzido pela própria campanha de Milei, uma mulher entra em uma sala onde o então candidato está cercado por seguidores que gritam seu nome. Após informar a Milei que “o banco central está aprontando das suas novamente”, a mulher entrega ao candidato uma mala. O vídeo corta, então, para uma cena em que Milei dá marretadas em uma maquete do prédio do banco central argentino, enquanto seus militantes vociferam em uníssono, “destruição, destruição!”².

O segundo vídeo é um registro do comício de encerramento da campanha de Milei, dias antes do primeiro turno das eleições. Em uma arena lotada, na frente de um telão onde se lê um dos lemas da campanha, “Milei 2023, a única solução”, o futuro presidente da Argentina faz gestos expressivos para o público extasiado que o acompanha, enquanto ele canta, “Domingo teremos que ganhar. Primeiro turno é a puta que o pariu! Primeiro turno é a puta que o pariu”. O vídeo foi compartilhado no mesmo dia por Eduardo Bolsonaro, em sua conta no Instagram, com a legenda “A autenticidade que falta na "casta". Por isso será eleito @javiermilei Presidente sa (sic) Argentina 🇦🇷”³.

O elogio de Eduardo Bolsonaro à suposta autenticidade de Javier Milei é uma das mais recentes manifestações de um fenômeno que tem se repetido entre políticos da extrema direita nos últimos anos: o uso do ideal da autenticidade como estratégia de celebração de suas condutas. Este artigo tem como

² O vídeo pode ser visto em https://www.youtube.com/watch?v=vpwz3JVy_II. Acesso em 05/03/2024.

³ A postagem de Eduardo Bolsonaro com o vídeo de Javier Milei pode ser vista em <https://www.instagram.com/p/Cymd45tL-Fb/>. Acesso em 05/03/2024.

objetivo analisar justamente como o ideal da autenticidade é empregado por figuras públicas da extrema direita para legitimar suas ações e expandir sua notoriedade. Para isso, analisamos mais detidamente 28 artigos de opinião, reportagens e colunas publicadas em veículos do jornalismo online brasileiro, entre 2018 e 2023, que associam Jair Bolsonaro à noção de ser autêntico ou que abordam criticamente a tentativa do ex-presidente de se apresentar como fiel a si mesmo.

Interessa-nos, especificamente, compreender quais dimensões da autenticidade são acionadas para descrever Bolsonaro e sua conduta pública. Conforme apontam diferentes pesquisadores que discutem o ideal da autenticidade (Taylor, 2005, 2007, 2011; Trilling, 2014; Boltanski & Chiapello, 2009; Guignon, 2004; Lindholm, 2008; Berman, 1972) a ideia de ser si mesmo tem passado por constantes transformações históricas desde que começou a circular no imaginário ocidental a partir do século XVI, em suas formas rudimentares, e foi articulado pelo Romantismo com mais consistência, no século XVIII. Partimos da hipótese de que, entre os políticos de extrema direita como Bolsonaro, certos sentidos atribuídos à autenticidade servem para justificar expressões de violência e ódio, que caracterizam seu ideário político.

O artigo se estrutura da seguinte forma: inicialmente, discutimos questões teóricas envolvidas na articulação entre autenticidade, mídia e política, ao apresentar abordagens em relação à autenticidade no campo comunicacional e desenvolver observações sobre a autenticidade e políticos de extrema direita, como Donald Trump. Na sequência, analisamos as matérias jornalísticas que discutem o vínculo entre Jair Bolsonaro e autenticidade. Por fim, concluímos o artigo abordando o possível nexos entre a autenticidade e as expressões de ódio e violência da extrema direita.

Mídia e autenticidade

Desde meados dos anos 2000, o campo da Comunicação no Brasil tem dado atenção, com relativa frequência, ao ideal de autenticidade. Um dos trabalhos pioneiros ao abordar a questão foi o de Freire Filho (2007), que observou como revistas juvenis femininas apresentavam o ideal de autenticidade como imperativo social e ofereciam para venda uma infinidade de produtos e técnicas para ajudar as leitoras a “serem si mesmas”. A emergência dos *reality shows* na televisão também impulsionou a discussão sobre autenticidade, na medida em que programas como o Big Brother Brasil possuíam como premissa central a exposição da intimidade e do cotidiano de pessoas comuns. Pesquisas como a de Campanella (2012) argumentaram que ser autêntico era um considerado um valor fundamental para a avaliação dos participantes, tanto em relação ao jogo interno proposto pelo *reality*, quanto de acordo com as normas sociais mais amplas que o programa televisivo ainda hoje articula.

A popularização dos sites de redes sociais promoveu o surgimento de novos fenômenos midiáticos que poderiam ser analisados a partir do modo como se vinculavam ao ideal de autenticidade. Em Sibilia (2015), encontra-se uma interessante reflexão sobre o caráter ambíguo que caracteriza a celebração de ser fiel a si mesmo no cenário midiático contemporâneo. Em trabalhos anteriores, Sibilia (2008) havia descrito uma transformação dos modelos subjetivos predominantemente promovidos pelo discurso midiático e cultural. A concepção moderna de um eu interiorizado, que mergulha em si mesmo para encontrar uma verdade pessoal daria lugar, com cada vez mais constância, à promoção de um eu espetacularizado, que valorizaria muito mais a exposição de si para os outros do que uma viagem interior em si mesmo. Neste contexto, a autenticidade teria pouco espaço. Sibilia (2015) sugere, contudo, que o ideal da autenticidade pode, muito bem, estar ligado a uma expectativa de performance

e, não apenas à busca por uma essência pessoal. A questão seria, principalmente, performar a autenticidade de maneira adequada. Um aspecto que também não passou despercebida por outros pesquisadores que investigam a autenticidade nos fenômenos midiáticos das últimas décadas.

Mais recentemente, a ascensão dos influenciadores digitais renovou as discussões sobre mídia e autenticidade. Trabalhos como os de Primo et al. (2021) e Karhawi (2021) apresentam o ideal de autenticidade como um valor radicalmente instrumentalizado pelas estratégias de marketing e self-branding. Seguindo a lógica performática indicada por Sibilia (2015), as autoras observam como a autenticidade articulada pelos influenciadores digitais é teatralizada, calculada especificamente com o objetivo de aumentar o valor das marcas pessoais das figuras públicas que ganham notoriedade expondo suas vidas como mercadorias nas plataformas digitais.

Talvez a percepção dominante no campo comunicacional atual seja exatamente a de que a autenticidade é, hoje, ironicamente, mero artifício. Um modo de performar a si mesmo seguro e lucrativo, uma vez que é congruente com os valores considerados desejáveis na cultura contemporânea e uma estratégia de apresentação pessoal capaz de conferir distinção. Contudo, pesquisas como a de Vaz (2014) nos mostram que a autenticidade, mesmo em suas expressões mais comercializadas, é um valor fundamental da gramática moral contemporânea. A ética da autenticidade atua como uma condição de possibilidade para que diversos discursos se tornem socialmente legítimos.

Ao refletir sobre o modo como o ideal de autenticidade ampara testemunhos de vítimas de preconceito na mídia, Vaz (2014) demonstra a relação entre ser autêntico e certas formas de dar sentido ao sofrimento. O indivíduo se pensa como vítima de um contexto social que o impede ser quem ele imagina verdadeiramente ser. Por isso, ele sofre e é obrigado a se conformar. Ou, então, abre-se a

possibilidade da elaboração de uma narrativa heroica, em que, em nome de sua autenticidade e contra aqueles que fazem o indivíduo sofrer, ele se rebela contra as normas e expectativas que o impedem de ser fiel a si mesmo. Como o pesquisador afirma:

A exigência de autenticidade pode se generalizar quando a sociedade fragmenta-se em nichos de comportamento e valor. Um discurso genérico – não importa o que outro pensa; seja autêntico; seja feliz – se torna possível, pois, no interior de cada nicho, o indivíduo ou pode pensar que aquele em que habita está lhe restringindo, ou que um outro nicho próximo é uma ameaça a seus valores (Vaz, 2014, p. 43)

Se a autenticidade opera como solo moral em que situações de preconceito e discriminação são denunciadas, a mesma lógica (“sofro porque a sociedade não me deixa ser quem eu sou”) é abraçada por movimentos conservadores e reacionários que tomam emprestado a legitimidade socialmente atribuída ao ideal da autenticidade para normalizar suas ações e valores. Ainda que seja coerente afirmar que autenticidade é uma construção social, performada de diferentes maneiras em contextos diversos, com objetivos de adquirir distinção, visibilidade ou lucros financeiros, essa definição não captura o modo como a autenticidade é empregada em processos de justificação de crenças e comportamentos. Mais do que uma estratégia de apresentação de si, a autenticidade organiza certas hierarquias de valor em que determinadas condutas se tornam aceitáveis. Portanto, em vez de avaliar o quão autêntico é a autenticidade de alguém que se apresenta como tal, interessa-nos problematizar o que o ideal da autenticidade torna possível.

Este argumento é especialmente importante porque, em uma parte significativa da bibliografia recente que reflete sobre os usos políticos da autenticidade pela extrema direita, por exemplo nos cuidadosos trabalhos de Valverde (2019) e Maia et al. (2022), é reproduzido o raciocínio de que a

autenticidade é uma imagem fabricada com fins eleitorais, uma estratégia de marketing que caracteriza o aspecto populista de políticos como Trump, Bolsonaro ou Milei. O populismo é um conceito exaustivamente debatido no campo da ciência política e aplicado de modo muito consistente em diversos trabalhos que analisam as estratégias de mobilização e legitimação de figuras públicas de todo o espectro político. Não cabe ao escopo deste artigo discutir as nuances do termo. Destacamos, contudo, que associar a autenticidade a manifestações populistas equivale a reduzir a autenticidade, novamente, a uma espécie de fachada, sem que necessariamente se analise efetivamente como a autenticidade contribui para a projeção de políticos populistas.

Autenticidade e política

É instrutivo observar as considerações de diferentes analistas que recorrem a outros modelos interpretativos para problematizar o modo como políticos de extrema direita se associam à ética da autenticidade. As pesquisas sobre a mobilização da autenticidade por políticos brasileiros são relativamente escassas, quando comparadas à vasta bibliografia acerca das relações entre Donald Trump e os usos políticos do ideal de ser autêntico. Ainda que o político estadunidense atue em outro contexto cultural, é importante destacar como políticos de extrema direita de todo o Ocidente têm aplicado e expandido uma espécie de cartilha formulada por Trump para a sua eleição, em 2016, e sua presidência nos anos seguintes. Um receituário amparado e divulgado por supostos “gurus”, como Steve Bannon ou Olavo de Carvalho, que envolve desde um conjunto de valores e crenças conservadores, manutenção de inimigos em comum (a mídia tradicional, a ciência, o “globalismo”), uso das plataformas digitais e estratégias de relativização de processos democráticos.

Na tentativa de descrever e discernir detalhadamente as dinâmicas que envolvem a articulação do ideal da autenticidade por políticos, Luebke (2021) sugere uma distinção entre a autenticidade política performada, a autenticidade política mediada e a autenticidade política percebida. Cada um dos conceitos se refere, respectivamente, aos agentes centrais envolvidos no processo de atribuição da autenticidade às figuras políticas. O conceito de autenticidade política performada delimita as estratégias adotadas pelo próprio político e sua equipe para construir uma imagem para si mesmo como autêntico. A autenticidade política mediada destaca o modo como os veículos jornalísticos produzem narrativas e enquadramentos que permitem que certos políticos sejam considerados autênticos. Finalmente, a autenticidade política percebida diz respeito aos processos de recepção midiática, ou seja, as maneiras como o eleitorado percebe e compreende determinados políticos como fiéis a si mesmos.

Luebke (2021) ainda descreve, a partir de uma extensa revisão bibliográfica, quatro dimensões da autenticidade, isto é, diferentes aspectos que podem ser salientados quando se confere autenticidade a atores políticos. São eles: consistência, intimidade, naturalidade e imediaticidade. A consistência envolve tanto o modo como a autenticidade pressupõe uma congruência interna entre falas, ações e personalidade do político que performa um “eu verdadeiro”, quanto a congruência entre as expectativas do seu eleitorado sobre o que é ser autêntico e a autenticidade performada pelo político. A intimidade destaca a relação entre ser autêntico e as constantes expressões da vida privada no espaço público, a partir de diferentes estratégias, como o uso da retórica confessional e a construção de uma imagem pública que nega sua própria qualidade de imagem construída. A naturalidade evidencia a associação entre a autenticidade e aquele que é mundano, ordinário ou

imperfeito. Neste caso, é autêntico aquele é “gente como a gente”. Por fim, a imediatividade distingue formas de apreensão da autenticidade política a partir da espontaneidade, da suposta ausência de planejamento nas aparições públicas ou da expressão não controlada de opiniões e estados emotivos.

Outras dimensões da autenticidade poderiam ser elencadas e há, inevitavelmente, um certo grau de sobreposição entre elas. Além disso, desenvolver esse tipo de arsenal analítico para a autenticidade é complexo, uma vez que o conceito é marcado por diversos paradoxos. Por exemplo, se a consistência é uma dimensão da autenticidade, como explicar que Trump, Bolsonaro e outros políticos sejam considerados autênticos quando continuamente espalham mentiras? Muitas delas sem nenhum tipo de fundamentação e, visivelmente de má-fé? Hahl et al. (2018) procuram justamente responder a esta questão.

Os autores partem de uma distinção entre o que chamam de “mentiras de acesso especial” e “mentiras de senso comum”. O primeiro tipo de mentira é aquele que envolve uma afirmação que o interlocutor não pode verificar por conta própria, pois não diz respeito a fatos públicos - por exemplo, uma promessa de um candidato político. Segundo os pesquisadores, este tipo de afirmação reforça a necessidade da crença nas normas de dizer a verdade. Uma promessa política só tem valor se o eleitorado presume que ela seja verdadeira. Já o segundo tipo de mentira parte de uma informação que poderia ser verificada – por exemplo, a associação entre tomar uma vacina e virar jacaré. Contudo, neste caso, a afirmação não necessariamente demanda ser avaliada pelo seu grau de aceitabilidade. É relativamente simples desmentir a afirmação. O maior poder deste tipo de mentira, porém, está justamente em suspender “a verdade como uma norma prescritiva” (Hahl et al., 2018, p. 5).

De acordo com os autores, políticos como Trump são considerados autênticos mesmo quando mentem abertamente porque suas afirmações são entendidas por seus apoiadores como uma forma de enfrentar normas sociais que regem a produção de verdade. Num contexto social em que certos atores são levados a compreender que a vacinação faz parte de um projeto político-ideológico extremamente enviesado pelos interesses de inimigos políticos, desafiar esse regime de verdade, mesmo que com afirmações possivelmente falsas, é interpretado por certos grupos como uma demonstração de “dizer a verdade ao poder”, de não se render às expectativas sociais dominantes, agir de acordo com a sua própria verdade. Enfim, ser autêntico.

Gestado no Romantismo, o ideal da autenticidade historicamente se relaciona com expressões de dissenso que envolvem um embate entre o indivíduo e a sociedade. Normas e expectativas sociais seriam mecanismos pelos quais a coletividade restringiria a realização de singularidades pessoais que constituiriam o “verdadeiro eu”. Ser autêntico seria uma forma de resistir às pressões por conformismo e homogeneização. Boltanski & Chiappello (2009) descrevem como a autenticidade foi um importante valor para o desenvolvimento de críticas ao capitalismo no século XIX, que denunciavam o avanço do utilitarismo e da instrumentalização sobre todas as esferas da vida. Orientado pela ética da autenticidade, esse tipo de crítica denunciava a expansão do cálculo estratégico e a massificação, que criariam rotinas artificiais, em que a expressão pessoal seria restringida.

Boltanski & Chiapello (2009) demonstram, contudo, que o neoliberalismo incorpora as demandas por autenticidade aos discursos que justificam o capitalismo, no final do século XX. A flexibilização de leis trabalhistas e o enfraquecimento de outras formas de proteção social são apresentadas como estratégias para que as pessoas possam seguir seus próprios interesses, de acordo com as suas

singularidades, para que busquem felicidade, autonomia e autorrealização na esfera do trabalho e do consumo. Assim, a ética da autenticidade vê seu potencial crítico esvaziado para se tornar aliada da cultura de consumo, conforme Taylor também comenta (2007).

Ao analisar as críticas de Donald Trump à noção de “politicamente correto”, Schwarz (2023) chama atenção para outra forma de ressignificação política da autenticidade. Segundo o autor, as críticas de Trump ao que ele chama de “politicamente correto” beiram o arbitrário, dada a elasticidade que o político confere ao termo. Contudo, uma dinâmica consistente observada nas manifestações de Trump envolve descrever o “politicamente correto” como um conjunto de práticas que seriam consideradas por seus adversários políticos como nobres e moralmente superiores, mas que seriam adotadas somente para benefício próprio de seus adversários. Clamores por igualdade, inclusão, diversidade, outras formas de justiça social – ou apenas o uso de máscara no contexto pandêmico – seriam, para Trump, expressões da hipocrisia daqueles que, na verdade, só têm interesse em se beneficiar simbolicamente ao endossar valores “politicamente corretos”. Autêntico seria aquele, portanto, que tem a coragem de admitir que age em interesse próprio, mesmo que ofenda ou coloque em risco o outro. A autenticidade justifica que a dignidade humana seja deixada de lado em nome da “liberdade de expressão”.

A dimensão da autenticidade como estratégia de legitimar discursos que de outra forma poderiam ser considerados moralmente reprováveis também é abordada por Wodak et al. (2020), que analisam entrevistas coletivas de Donald Trump e Silvio Berlusconi com o objetivo de demonstrar como os políticos normalizam a incivilidade. De acordo com as autoras, a grosseria, a expressão descontrolada de emoções aversivas e o desafio às convenções tradicionais de conversação

identificadas pelas pesquisadoras no trato dos políticos com a imprensa são justificadas por Trump e Berlusconi e interpretadas pelo seu eleitorado como demonstrações da autenticidade. Assim, porque eles agem de forma genuína, a sua impolidez não só seria compreensível, mas até mesmo motivo de admiração por seus seguidores.

Observamos, portanto, que em suas diferentes dimensões, a autenticidade pode ser pensada tanto em termos de um conjunto de atributos performados por um indivíduo, quanto uma forma de justificar e atribuir valor positivo a determinadas ações de quem agiria de forma autêntica. A partir dessas considerações, partimos para a discussão sobre os sentidos da autenticidade associados a Jair Bolsonaro.

“Mas ele é autêntico”: os sentidos da autenticidade de Bolsonaro

Para compreender quais dimensões da autenticidade são acionadas para descrever Jair Bolsonaro como autêntico, realizamos um levantamento a partir do buscador Google Notícias, utilizando palavras-chave e expressões que permitiram encontrar matérias jornalísticas que associavam a ideia de autenticidade ao ex-presidente, publicadas em veículos jornalísticos online do país, no período de 2018 a 2023. O recorte temporal foi ditado pelos próprios resultados das pesquisas, que não indicaram ocorrências da associação antes do período eleitoral de 2018. Após excluirmos os resultados que não faziam referência à dimensão de autenticidade pessoal, chegamos a um corpus de 28 textos, composto por notícias, colunas e artigos de opinião. Assim, se utilizarmos a tipologia proposta por Luebke (2021), a análise enfatizou a autenticidade política mediada, ou seja, o modo como a imprensa constrói (ou desconstrói) a relação entre o político e o ideal da autenticidade.

As matérias selecionadas para análise foram publicadas nos principais veículos jornalísticos brasileiros do período, como Folha de S. Paulo, O Globo, Veja, Época, Uol Notícias, BBC News Brasil, El País Brasil, Valor Econômico, Último Segundo, Revista Piauí, Crusoé, Le Monde Diplomatique Brasil, Carta Capital e Gazeta do Povo. Cerca de um terço dos textos foi publicado em 2022, no contexto da campanha para as eleições presidenciais daquele ano. Em relação ao formato das matérias, a maioria é composta por textos de opinião, que analisam a atuação política de Jair Bolsonaro como presidente ou candidato à presidência. Nos textos de caráter mais noticioso, destacam-se registros de declarações de outras figuras públicas ou personagens políticos que atribuem a Bolsonaro a qualidade de autêntico, ou observações resultantes da cobertura da campanha eleitoral, especialmente dos debates televisivos.

Uma característica observada nos textos selecionados para a análise é a de que muitos artigos de opinião são assinados por acadêmicos, boa parte deles de renome nacional, como Vladimir Safatle, Cristian Dunker, André Singer, Pablo Ortellado e Wilson Gomes. Isto pode indicar que a discussão sobre a autenticidade no campo político permanece restrita ao linguajar e ao rol de preocupações acadêmicas. Outra observação geral é a de que a maioria dos textos são contrários a Bolsonaro (o que não é uma surpresa, dada a animosidade do ex-presidente em relação à imprensa e ao campo acadêmico) e quando articulam o ideal da autenticidade ao ex-presidente, muitas vezes procuram desconstruir essa relação. Os textos que recusam a vinculação de Jair Bolsonaro ao ideal da autenticidade são reveladores, contudo, porque se configuram como respostas às tentativas de Bolsonaro para se apresentar como autêntico ou do seu eleitorado conferir tal atributo ao político. Assim, os textos que desmontam a dimensão autêntica do ex-presidente reverberam ou respondem às

dinâmicas da autenticidade política performada e da autenticidade política percebida, descritas por Luebke (2021).

Para a apresentação e análise do material coletado, organizamos os textos em três categorias, que remontam às dimensões da autenticidade atribuída a Jair Bolsonaro observadas nos textos que compõem o corpus de pesquisa. A primeira categoria engloba textos que articulam a autenticidade de Bolsonaro à ideia de naturalidade. O segundo conjunto de textos vincula a autenticidade do político à recusa de normas e padrões sociais. A terceira categoria explicita a relação entre a suposta autenticidade do ex-presidente e as suas expressões de ódio e violência. Cumpre observar que essa separação é meramente analítica. Um mesmo texto, por vezes, pode destacar mais uma dimensão da autenticidade vinculada ao ex-presidente e as dimensões discutidas, como afirmado anteriormente, não são totalmente excludentes entre si. Contudo, a divisão foi fundamental para responder à pergunta que orientou a análise empírica a respeito do que se celebra (ou o que se critica), quando se afirma que Bolsonaro é autêntico.

Às vésperas da eleição presidencial de 2018, Rodrigo Constantino prometia, em sua coluna na Gazeta do Povo, uma “análise factual” do então candidato Jair Bolsonaro. Em seu texto opinativo, o analista, posteriormente investigado por ter relações com os ataques antidemocráticos ocorridos em Brasília, em 8 de janeiro de 2023, afirmava: “A autenticidade de Bolsonaro é seu maior e melhor marketing”. Segundo Constantino (2018), Bolsonaro havia conquistado a “representatividade popular”, uma vez que “incorpora o ethos do padeiro, carteiro, dona de casa e do atendente da farmácia, falando exatamente do que eles falam com a linguagem que eles utilizam, enxergando a realidade que eles enxergam e preparando suas respostas a partir disso”.

A autenticidade é frequentemente associada a concepções de singularidade pessoal. A ética da autenticidade se baseia, em parte, na premissa de que cada pessoa possui sua própria verdade pessoal e cabe a ela se orientar pela sua “voz interior” para expressar aquilo que a torna única. Há, portanto, uma aparente contradição em considerar um político autêntico porque ele é igual a uma pessoa comum. Entretanto, uma das dicotomias estruturais do ideário da autenticidade é a contraposição entre o artificial e o natural e é a partir deste contraste que Constantino atribui a Bolsonaro a qualidade de ser fiel a si mesmo. Enquanto os outros políticos se distanciariam da “realidade” com preocupações e formas de apresentação viciadas pelo jogo político e midiático tradicional, Bolsonaro seria autêntico na perspectiva do articulista porque:

[...] consegue falar sem filtros com a população média [...] ele não está preocupado com a quadratura da câmera, se ele deve estar em pé ou sentado na abertura do debate, se deve em nome de um requinte de bons modos abotoar a manga da camisa ou fazer menção a grupos humanistas internacionais, se deve sorrir para a câmera e para os demais candidatos ou deve ficar sério (Constantino, 2018, online)

Cinco anos mais tarde, em um contexto político diferente, em que Bolsonaro se encontrava envolvido em diversas denúncias de fraude durante o seu mandato como presidente, o pesquisador Wilson Gomes criticava, em coluna na Folha de S. Paulo, a “autenticidade fingida” do político. De acordo com o professor:

O segredo da arte é esconder o artifício, parecer natural, espontâneo. Daí a espontaneidade planejada de um presidente "pão com margarina", que toma café em copo americano, adora comer o dogão da esquina, com ketchup escorrendo pelos dedos e pingando na camisa, a fim de deliberadamente corresponder ao modelo do homem simples com quem tantos se identificam (Gomes, 2023, online).

Ainda que a análise de Gomes se oponha totalmente à avaliação feita por Rodrigo Constantino a respeito do político, ambos convergem para a compreensão de um sentido para a autenticidade que se aproximaria daquilo que é ordinário, simples, comum. O que conferiria valor positivo à suposta autenticidade de Bolsonaro, porém, seria a contraposição de sua naturalidade ao caráter construído, planejado e distanciado das personas públicas dos demais políticos. Constantino (2018) não problematiza a fidelidade desse modo de apresentação de si e se restringe a identificar a eficácia política do uso da autenticidade do candidato que endossa. Gomes (2023) procura, por sua vez, ativamente desconstruir a naturalidade de Bolsonaro e enquadrá-la como uma forma de falsidade calculada:

Tudo supostamente contra a hipocrisia, a polidez burguesa, o fingimento. Tudo forjado para agradar muitos públicos que se identificam com "homens do povo" e para corresponder à máxima de que quem fala a verdade não merece castigo e à crença de que a hipocrisia, não a brutalidade e a grosseria, é o pior traço de um caráter (Gomes, 2023, online).

O argumento de que Bolsonaro é (ou se faz passar por) autêntico ao se apresentar de forma simples e natural, “sem filtros”, também aparece em diversos outros textos que discutem o estilo do político. Destaca-se, nesses textos, expressões como o jeito “tosco” (Teixeira, 2021), “cru” ou “chucrão” (Schreiber, 2022), utilizadas para descrever como se manifesta a autenticidade de Bolsonaro em comparação ao “discurso ensaiado” dos seus adversários políticos. Em coluna para o El País Brasil, Brum (2018) argumenta, a partir de declarações de apoiadores de Bolsonaro que celebram sua naturalidade, que sua força política advém do fato de que “a estética é decodificada como ética”. Outra forma de desenvolver o argumento da jornalista seria afirmar que a estética do ex-presidente se orienta pela ética da autenticidade.

A dimensão rebelde, inconformista, questionadora da noção de ser autêntico é outro aspecto salientado em textos que discutem como Bolsonaro é fiel a si mesmo. Candidato à Prefeitura de São Paulo, em 2020, Márcio França afirmou, em um debate para as eleições municipais que, “O Bolsonaro na minha visão é autêntico. O que ele fala eu posso discordar, mas evidentemente ele está falando o que pensa, ele foi eleito por esse fato” (Uol Notícias, 2020). Esse tipo de declaração, ancorada na ideia de que o ex-presidente “fala o que pensa”, aparece em vários outros textos analisados (Trindade, 2022; Carta Capital, 2018; Brum 2018). Muitos deles são acompanhados do argumento, também presente na fala de França, de que o que Bolsonaro pensa pode ser reprovável, mas porque ele tem “coragem” de expressar seus pensamentos, isto de alguma forma o redimiria.

Como discutido anteriormente, se a autenticidade se baseia na espontaneidade e pressupõe que cada indivíduo é único, seu ideário também comporta a concepção de que a sociedade constantemente demanda que o sujeito autêntico abandone suas singularidades e se distancie da sua verdade pessoal para se ajustar a normas e expectativas sociais. No século XIX, essa dimensão “heroica” da autenticidade serviu para que principalmente movimentos artísticos de vanguarda questionassem a artificialidade imposta pelas rotinas criadas pelo nascente capitalismo industrial e urbano. A cultura de consumo que emergiu na segunda metade do século XX transformou a rebeldia da autenticidade em uma forma de promover ainda mais consumo, estimulando que as pessoas expressassem sua individualidade a partir da aquisição de produtos supostamente capazes de singularizar seus compradores. A extrema direita contemporânea ressignifica, ainda mais uma vez, a insubmissão aludida pelo ideal da autenticidade.

A premissa de “falar o que pensa” relativa à autenticidade de Jair Bolsonaro ganha eficácia política não apenas porque é uma forma de apresentação de si marcada pela imediatez e simplicidade. Vários textos mencionam que a inconsequência verbal de Bolsonaro é interpretada pelo seu eleitorado como um gesto de recusa de uma gramática moral percebida por eleitores conservadores como dominante e capaz de limitar as formas de ser fiel a si mesmo. Ao “falar o que pensa”, Bolsonaro estaria, portanto, desafiando valores culturais e acordos sociais que são experimentados pelos seus seguidores como elementos que constroem seus verdadeiros eus.

Em um texto para a Piauí, Pablo Ortellado & Márcio Moretto (2022) sugerem que, se as falas de Bolsonaro podem causar asco ou espanto no público que não compartilha dos seus valores, para o “núcleo conservador”:

Bolsonaro aparece como um ator político corajoso, autêntico e verdadeiro que se propõe a desafiar as regras morais absurdas e enfrentar, sem medo, o risco de cancelamento, transformando-se num herói do povo, um verdadeiro “salvador”. Rapidamente, Bolsonaro começa a apresentar sua principal virtude como a de ser autêntico, isto é, de ser alguém que é idêntico a si mesmo, alguém sem máscara (Ortellado & Moretto, 2022, online).

Os autores reverberam algumas considerações de Schwarz (2023), ao identificarem que o inconformismo baseado na autenticidade de Bolsonaro se ampara – numa repetição das estratégias adotadas por Donald Trump – na demonização daquilo que o político e seus seguidores consideram “politicamente correto”. Atos e falas de Jair Bolsonaro marcados pelo preconceito, crueldade e violência seriam enxergados dessa forma apenas por quem foi cooptado pelo pensamento dominante organizado pela “inversão de valores” daquilo um dos principais ideólogos do Bolsonarismo, Olavo de

Carvalho, chamou de “marxismo cultural”. Os arroubos de hostilidade do ex-presidente seriam observados pelo seu eleitorado como um desafio necessário às normas instituídas.

Os autores citam trechos de um livro de Eduardo Bolsonaro para sustentar que:

Eduardo Bolsonaro dá grande destaque ao fato de Jair Bolsonaro ter desafiado as normas opressivas do politicamente correto. De maneira parecida com Olavo, diz que o politicamente correto impõe ideias “insanas e disparatadas” fazendo as pessoas agirem permanentemente de forma artificial, “como se fossem políticos tradicionais em campanha, sempre sorrindo”. (Ortellado & Moretto, 2022, online).

Neste contexto, o que efetivamente Bolsonaro diz fica em segundo para que tipo de discurso que é desafiado em suas intervenções públicas. A expressão ironizada por Dunker (2019), “mas ele é autêntico”, remete ao modo como as falas de Bolsonaro são justificadas por seus seguidores não necessariamente em si mesmas, mas porque elas não coadunam com um certo regime de verdade que é atacado por Bolsonaro – o “politicamente correto”, o “marxismo cultural”, a “ideologia de gênero” etc. Assim, o ex-presidente mobiliza a autenticidade para se colocar como insubmisso a “opressões culturais”, como lutas pela justiça social e a equidade.

Um último conjunto de textos destaca como o ideal da autenticidade justifica as expressões de ódio e violência do ex-presidente. Matérias assim aparecem em quantidade menor, mas operam um importante movimento, uma vez que não atribuem uma qualidade essencialmente positiva à autenticidade. Como afirma Rui Martins, em uma coluna no Observatório da Imprensa, “É verdade que Bolsonaro é autêntico. Ele é como é. Bruto, inculto, sem leitura, sem um mínimo de educação e cultura, um elefante numa vidraria, acostumado a arrotar seus deboches pouco se importando com as consequências” (Martins, 2019).

Ao analisar a ascensão da autenticidade na política moderna, Berman (1972) argumenta que a noção de ser autêntico foi historicamente impregnada de valor positivo. Imposições sociais poderiam desfigurar valores pessoais e corromper o indivíduo, mas, em seu estado natural, conectado a sua autenticidade, o indivíduo seria bom. Partindo da premissa de Rousseau, amplamente discutido por Berman (1972), a versão genuína de alguém não poderia ser negativa. Este é um aspecto que faz com que a autenticidade pareça um valor inquestionável ainda na contemporaneidade, uma vez que ela é continuamente associada a valores puros e nobres. Entretanto, alguns textos especialmente críticos em relação às atitudes e declarações de Bolsonaro não negam que ele seja autêntico, mas desmontam a ideia de que a “verdade pessoal” de alguém sempre se revela moralmente boa. Bolsonaro seria autêntico em sua celebração do ódio e da violência.

Conforme argumenta Liberal (2022), em coluna para o Le Monde Diplomatique Brasil:

Jair Bolsonaro é um case de sucesso do marketing ancorado na autenticidade [...] O recado das urnas é simples: esse fenômeno massificador que autoriza a prática do mal desde que ele venha do coração veio para ficar. Sua lógica sugere que o mal autêntico é o bem porque o bem é a sinceridade. Ele surge espontâneo, de mãos dadas com os sentimentos de desprezo pelos pobres, negros, homossexuais e mulheres que uma sociedade como a brasileira insiste em cultivar desde sua concepção (Liberal, 2022, Online).

O articulista radicaliza e ao mesmo tempo critica a ideia de que a autenticidade seria, nos dias de hoje, um bem em si mesmo e sugere que ela seria capaz de apresentar, sob um prisma positivo, expressões virulentas de preconceito e exclusão social. Assim, o desejo de aniquilação da diferença, como manifestação de uma pura verdade pessoal, seria ressignificado como um projeto moralmente válido.

Observações finais: autenticidade, eufemismo para o ódio?

Autores como Ahmed (2012) e Kolnai (2013) argumentam que o ódio não é apenas uma manifestação psicológica individual. Assim como as demais emoções, o ódio possui uma dimensão sociocultural. Para Ahmed (2012), o ódio organiza relações de aproximação e distanciamento, que criam conceitos de “eu” e “nós”, que devem ser mantidos a distância dos “outros”. Não raro, o ódio se manifesta em discursos em que um grupo se vê ameaçado e justifica a destruição do outro para garantir a sua própria condição existencial. Já Kolnai (2013) enfatiza como as emoções operam como juízos avaliativos. O ódio é uma emoção moral de antipatia em que a mera existência do objeto odiado coloca em movimento e define aquele que odeia. O ódio sempre se dirige para aniquilação (física ou simbólica) do outro, uma vez que ele envolve a crença de que o mundo seria melhor se não existisse o objeto odiado.

Tanto Kolnai (2013) quanto Ahmed (2012) procuram demonstrar que o ódio é uma forma de aversão extrema, mas cotidiana. O ódio não emergiria apenas em circunstâncias especiais, a partir de individualidades particularmente odiosas. O ódio circula em nosso dia a dia. Ele organiza espaços e relações pessoais, exclui e dá identidade. Como forma de valoração, o ódio é, em certa medida, inevitável, pois sempre haverá algo que acreditamos moralmente que não deveria existir. Contudo, uma vez que ele se volta para a destruição, o ódio raramente se expressa como tal. Ahmed (2012) abre sua discussão sobre o ódio, por exemplo, demonstrando como ativistas de supremacia branca apresentam suas crenças não como ódio aos grupos minorizados, mas como amor à família, à pátria e à nação.

Neste artigo, investigamos os sentidos atribuídos à autenticidade conferida a Jair Bolsonaro, como um dos principais representantes da extrema direita no país, por meio da análise de matérias

jornalísticas que vinculavam, de diferentes maneiras, o ex-presidente ao ideal da autenticidade. Um primeiro conjunto de textos apresenta a face autêntica do político como resultado de sua suposta naturalidade. Jair Bolsonaro seria fiel a si mesmo porque é (ou calculadamente se apresenta) uma pessoa comum, verdadeira, genuína, ao contrário de seus adversários políticos, que na condição de políticos profissionais, construíram uma imagem artificial de si mesmos. Esse aspecto da autenticidade remonta às discussões sobre populismo político e convida os críticos a argumentarem que a naturalidade de Bolsonaro seria tão arquitetada quanto a imagem de outros políticos.

Um segundo grupo de textos sugere um nexos entre a noção de autenticidade e o inconformismo de Jair Bolsonaro quanto às convenções sociais. O político seria autêntico porque não expressa temor ao compartilhar opiniões controversas. Para que essa dimensão da autenticidade seja sustentável, o ex-presidente precisa criar as condições nas quais seja plausível que seu discurso seja considerado objeto de censura por uma regra externa e arbitrária. Assim, os textos que descrevem Bolsonaro como autêntico em seu ataque às normas e expectativas coletivas recorrem a ideias como a do “politicamente correto”. Aqueles que celebram as atitudes de Bolsonaro enxergam essa insubmissão autêntica como um desafio aos poderes existentes. Críticos chamam atenção para o fato de que Bolsonaro meramente desafia regras básicas de civilidade ou deslegitima lutas sociais importantes.

O último conjunto de textos apresenta a autenticidade de Bolsonaro como a demonstração despudorada de seus posicionamentos odiosos e violentos. O ex-presidente seria autêntico porque não esconde seus preconceitos e intenções de aniquilação de tudo aquilo que se diferencia de seus valores morais ou ativamente os afronta. Vale a pena lembrar que o jornal O Globo chegou a fazer um infográfico com todos os insultos que Bolsonaro proferiu em entrevistas nos seis primeiros meses de

seu mandato (Couto & Remigio, 2019). Ainda que os textos analisados tenham enfatizado avaliações mais amplas do político, não faltam exemplos concretos de ofensas feitas pelo ex-presidente. Ao tomar os insultos cotidianamente desferidos pelo presidente como marca de sua autenticidade, os textos explicitam como a autenticidade é usada como justificativa para celebrar atitudes que, se fossem tomadas como simples ofensas, talvez não fossem defensáveis. Num movimento semelhante ao que foi identificado por Ahmed (2012), o ódio e a violência promovidos por Bolsonaro seriam transformados em aspectos positivos na medida em que seriam considerados expressões de um eu verdadeiro.

O levantamento empírico realizado no artigo teve como pano de fundo teórico as transformações históricas da noção de ser autêntico e os modos como a autenticidade é concebida no campo midiático e político. Compreendida como uma construção social, uma performance e um ideal mercantilizado, a autenticidade se ressignifica constantemente. Neste artigo, sinalizamos a possibilidade de que a autenticidade sirva para justificar moralmente manifestações de ódio e violência. Ainda que a pesquisa tenha se centrado em Jair Bolsonaro, vários outros políticos e figuras públicas da extrema direita, no Brasil e no exterior, legitimam sua notoriedade a partir da apresentação de si mesmos como autênticos. Como discutido durante o trabalho, acreditamos que questionar o que é legitimado em nome da autenticidade é uma profícua estratégia de análise das figuras públicas celebradas por serem autênticas, na política e em outros espaços sociais.

Referências

Ahmed, S. (2012). *The cultural politics of emotion*. Routledge.

Berman, M. (1972). *The Politics of authenticity: radical individualism and the emergence of modern society*. Atheneum

Boltanski, L. & Chiapello, È. (2009). *O novo espírito do capitalismo*. Martins Fontes.

Campanella, B. (2012) *Os olhos do grande irmão: uma etnografia dos fãs do Big Brother Brasil*. Sulina.

Freire Filho, J. (2007). *Reinvenções da resistência juvenil: os estudos culturais e as micropolíticas do cotidiano*. Mauad X.

Guignon, C. (2004). *On being authentic*. Routledge.

Hahl, O., Kim, M., Sivan, E. (2018). The authentic appeal of the lying demagogue: Proclaiming the deeper truth about political illegitimacy. *American Sociological Review*, 83(1).

Karhawi, I. (2021). Notas teóricas sobre influenciadores digitais e Big Brother Brasil: visibilidade, autenticidade e motivações. *E-Compós*, 24.

Kolnai, A. (2013). An Essay on Hatred. In: MCALLER, G. (Org.). *Politics, Values, and National Socialism*. Transaction Publishers, p. 139-174.

Lindholm, C. (2008). *Culture and authenticity*. Blackwell.

Luebke, S. (2021). Political authenticity: Conceptualization of a popular term. *The International Journal of Press/Politics*, v. 26(3).

Maia, L.; Spaniol, B.; Klein, E. (2022). Populismo digital e autenticidade fabricada na campanha de Jair Bolsonaro no Instagram. *Liinc em Revista*, 18(2).

Primo, A.; Matos, L.; Monteiro, M. C. (2021). *Dimensões para o estudo dos influenciadores digitais*. Edufba.

Schwarz, O. (2023). Why did Trump call prayers politically correct? The coevolution of the PC notion, the authenticity ethic, and the role of the sacred in public life. *Theory and Society*, 52(5).

Sibilia, P. (2008). *O show do eu*. Nova Fronteira.

Sibilia, P. (2015). Autenticidade e performance: a construção de si como personagem visível. *Fronteiras*, 17(3).

Taylor, C. (2005). *As fontes do Self: a construção da identidade moderna*. Loyola.

Taylor, C. (2007). The age of authenticity. In: *A secular age*. Harvard University Press, p. 473-504.

Taylor, C. (2011). *A ética da autenticidade*. É Realizações.

Trilling, L. (2014). *Sinceridade e autenticidade: a vida em sociedade e a afirmação do eu*. É Realizações.

Wodak, R., Culpeper, J., Semino, E. (2021). Shameless normalisation of impoliteness: Berlusconi's and Trump's press conferences. *Discourse & Society*, 32(3).

Valverde, M. (2019). Confession and Authenticity in the Current Populist Discourse. *CS*, 27.

Vaz, P. (2014). Na distância do preconceituoso: narrativas de bullying por celebridades e a subjetividade contemporânea. *Galáxia*, 28.

Fontes citadas:

Brum, E. (2018, 16 de julho). Bolsonaro e a autoverdade. *El País Brasil*, https://brasil.elpais.com/brasil/2018/07/16/politica/1531751001_113905.html.

Carta Capital. (2018, 31 de julho) O Roda Viva que Bolsonaro sonhava. *Carta Capital*. <https://www.cartacapital.com.br/politica/o-roda-viva-que-bolsonaro-sonhava/>.

Constantino, R. (2018, 31 de agosto). Uma análise factual sobre Jair Bolsonaro. *Gazeta do Povo*, <https://www.gazetadopovo.com.br/rodrigo-constantino/artigos/uma-analise-factual-sobre-bolsonaro/>.

Couto, M. & Remigio, M. (2019, 18 de agosto). Escalada de insultos marca virada na comunicação de Bolsonaro. *O Globo*. <https://oglobo.globo.com/politica/escalada-de-insultos-marca-virada-na-comunicacao-de-bolsonaro-1-23884942>

Dunker, C. (2019, 7 de maio). O Bolsonaro humilde e autêntico. *O Globo*. <https://oglobo.globo.com/epoca/o-bolsonaro-humilde-autentico-opiniao-23647160>.

Gomes, W. (2023, 22 de agosto). Bolsonaro: autenticidade fingida, fraudes reveladas. *Folha de S. Paulo*. <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/wilson-gomes/2023/08/bolsonaro-autenticidade-fingida-fraudes-revelada-s.shtml>.

Liberal, F. (2022, 25 de outubro). Porque a cultura da autenticidade favorece o bolsonarismo. *Le Monde Diplomatique Brasil*. <https://diplomatique.org.br/porque-a-cultura-da-autenticidade-favorece-o-bolsonarismo/>.

Martins, R. (2019, 27 de agosto). Ofensas e insultos de Bolsonaro depois de mentira e deboche. *Observatório da Imprensa*. <https://www.observatoriodaimprensa.com.br/opiniaofensas-e-insultos-de-bolsonaro-depois-de-mentira-e-deboche/>.

Ortellado, P. & Moretto, M. (2022, 20 de outubro). Por que Bolsonaro é incancelável. *Revista Piauí*. <https://piaui.folha.uol.com.br/eleicoes-2022/por-que-bolsonaro-e-incancelavel/>.

Schreiber, M. (2022, 25 de outubro). Eleições 2022: Lula é 'inteligentíssimo' e Bolsonaro, 'mais autêntico': o que pensa Igor Coelho do podcast Flow. *BBC News Brasil*. <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-63353233>.

Teixeira, J. (2021) (3 de março). Estilo deveria ser razão para impeachment. *O Globo*. <https://oglobo.globo.com/epoca/jeronimo-teixeira/coluna-estilo-deveria-ser-razao-para-impeachment-24906517>.

Trindade, N. (2022, 21 de julho). Campanha de Bolsonaro vai apostar em imagem de 'autêntico'. *O Globo*. <https://oglobo.globo.com/blogs/lauro-jardim/post/2022/07/campanha-de-bolsonaro-vai-apostar-em-imagem-de-autentico.ghhtml>.

Uol Notícias. (2020, 11 de novembro). Lula é líder, Bolsonaro é autêntico e Doria, aguerrido, diz Márcio França. *Uol Notícias*. <https://noticias.uol.com.br/eleicoes/2020/11/11/lula-e-lider-bolsonaro-e-autentico-e-doria-aguerrido-diz-marcio-franca.htm>