

João Doria é populista? Elementos de populismo na campanha à prefeitura de São Paulo de 2016

Is João Doria populist? Elements of populism in the campaign for mayor of São Paulo in 2016

Paulo FERRACIOLI¹

Resumo

Na América Latina, o século XX foi marcado pela presença de lideranças populistas, que apareceram em diversos momentos, ainda que com perfis diferentes. O século XXI conta com outros candidatos que vem sendo usualmente chamados de populistas. Por isso, esse artigo pretende identificar no discurso do então candidato à Prefeitura de São Paulo João Doria (PSDB), nas eleições de 2016, elementos que confirmariam a hipótese de que estamos diante de um candidato populista. Foram coletados posts postados no Facebook durante o período permitido de propaganda no primeiro turno eleitoral. A análise dos 190 posts demonstrou que a dimensão temporal é o elemento mais recorrente no discurso do candidato Doria, com promessas de respostas imediatas. As críticas ao establishment e os vínculos sem intermediários com o público também aparecem, ainda que o governo estadual seja poupado pelo candidato.

Palavras-chave: Populismo. Eleição municipal. Facebook.

Abstract

In Latin America, the twentieth century was marked by the presence of populist leaders, who appeared at different times, albeit with different profiles. The XXI century counts on other candidates that are usually being called populists. Therefore, this article intends to identify in the speech of the then candidate for mayor of São Paulo João Doria (PSDB), in the 2016 elections, elements that would confirm the hypothesis that we are facing a populist candidate. We collected posts posted on Facebook during the allowed period of advertisement on the first round of voting. The analysis of the 190 posts demonstrated that the temporal dimension is the most recurrent element in the discourse of the candidate Doria, with promises of immediate answers. Criticism of the establishment and direct links with the public also appear, even if the state government is spared by the candidate.

Keywords: Populism. City elections. Facebook.

¹ Doutorando em Ciência Política na Universidade Federal do Paraná.
E-mail: ferracioli.paulo@gmail.com

Introdução

Durante a disputa eleitoral pelas prefeituras em 2016, foi comum escutar que certos candidatos populistas estavam participando da disputa. Dentre os incluídos nessa categoria, estava o candidato a prefeito de São Paulo, João Doria Jr. O jornal *Washington Post*, por exemplo, em matéria veiculada em novembro de 2016, argumentou que a vitória de Donald Trump na disputa para a presidência dos Estados Unidos representava uma onda de populismo global e incluiu nessa leva o prefeito eleito de São Paulo, João Doria Jr.²

O termo populista, no entanto, é utilizado no discurso midiático e popular sem qualquer tipo de precisão. A utilização ampla fez com que populismo tenha se tornado um palavra-ruído, cujo propósito é demonstrar a posição do interlocutor ao invés de comunicar um significado (HERMET, 2003). Denominar alguém com esse rótulo tem o intuito de demonstrar que aquele agente deve ser evitado, mas não esclarece qual o papel dele no ambiente democrático. É como se, a partir do momento em que adentrou no imaginário social a crença de que determinado ator é populista, ele se torna um tipo a ser comparado com outros casos (CILIA, 2017).

Surgiu desse cenário a questão que motivou o presente artigo: segundo os parâmetros estabelecidos pela literatura que se dedica ao tema, pode o candidato João Doria Jr ser classificado como populista? Para encontrar subsídios para essa investigação, seria preciso identificar os momentos de aparição de Doria ao longo da campanha: seus programas no HGPE (Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral), suas entrevistas ou participações em debate, seu programa de campanha ou as suas participações em redes sociais. A opção desse artigo foi pelas postagens em uma rede social digital específica, o Facebook.

O Facebook é um dos elementos mais utilizados pelos candidatos brasileiros nas disputas eleitorais. Levantamento realizado por Aggio e Reis (2013) comprovou que nas eleições de 2012 todos os prefeitos eleitos utilizaram o Facebook como meio para realizar sua campanha. O mesmo artigo demonstrou que os então candidatos

² Disponível em: https://www.washingtonpost.com/world/trumps-win-may-be-just-the-beginning-of-a-global-populist-wave/2016/11/13/477c3b26-a6ba-11e6-ba46-53db57f0e351_story.html?utm_term=.af4620311b90. Acesso em 20/06/2017.

concentraram a maior parte das postagens para fazer post de agenda, engajamento ou menção a propostas e programas. Logo, o Facebook é um espaço em que o candidato fala de si, se apresenta para o eleitorado. Mostra-se relevante, assim, analisar as manifestações do candidato nesse espaço para avaliar o seu discurso e encontrar os supostos traços populistas.

A hipótese sobre a qual se debruça esse artigo é a de que as postagens de João Doria no Facebook revelam traços identificados com o populismo, conforme é apontado pela literatura.

Inicialmente, será apresentada uma revisão da discussão teórica sobre populismo e neopopulismo, destacando os elementos mais importantes. Em seguida, será feito um breve resumo da candidatura de João Doria à prefeitura de São Paulo, com o intuito de contextualizar a disputa. Na seção seguinte são apresentados procedimentos metodológicos para a coleta das postagens a serem analisadas, bem como é feita a análise do material, fazendo a relação com o populismo. Por fim, são apresentadas as considerações finais, aprofundando a discussão sobre a questão.

Populismo e neopopulismo: múltiplos conceitos

A multiplicidade de conceitos sobre o populismo é questão recorrente na literatura, que sempre busca fornecer delimitações conceituais claras sobre o que se entende por populismo (HERMET, 2003; MARTIN, 2010; CILIA, 2017). O artigo se baseia numa premissa de que as explicações para o fenômeno do populismo são decorrentes de três aspectos: as regras institucionais que regulam os processos eleitorais, a oferta de apelos por parte dos políticos e, pelo lado da demanda, os valores e opiniões dos eleitores (INGLEHART, NORRIS, 2016), sendo que nos interessa, nesse caso, a questão do candidato. Conforme classificação apresentada por Cilia (2017), o que se pretende nesse artigo é entender um estilo político, a partir de características do discurso presentes nas manifestações públicas.

Antes de tudo, é interessante delimitar o que não é considerado populismo. Há uma corrente de autores que tendem a caracterizar o populismo como a soberania do povo. Tal concepção, no entanto, em nada difere o populismo de outros fenômenos, entre eles

a própria democracia, que é construída em torno da vontade da soberania popular (HERMET, 2003).

A concepção de que o populismo seria uma ideologia que conecta a vontade do povo com a justiça e moral também não se assenta de maneira sólida. O populismo não é uma ideologia e nem está conectado intrinsecamente a qualquer ideologia. Isso, inclusive, permite que o populismo apareça em regimes com ideários de esquerda ou de direita, se amoldando a posicionamentos de polos opostos do espectro ideológico (HERMET, 2003).

O populismo, acima de tudo, deve ser completamente diferenciado de dois tipos de política: a elitista e a pluralista (CILIA, 2017), pois o populismo se afasta de visões que enxergam um papel central das elites na política ou que evidenciem a complexidade de interesses a ser articulada pela administração.

Laclau (2010) compreende o populismo como uma prática discursiva cuja vagueza é característica determinante: para abarcar todo o público que pretende representar, ser vago é uma condição para que o populismo se estruture politicamente. Não é possível relacioná-lo a um conteúdo previamente, pois a experiência populista dependerá dos grupos mobilizados e dos significados construídos naquele caso (MARTIN, 2010).

Para Canovan (1999, p. 3), a definição para populismo o entende "como um apelo para 'o povo' contra tanto a estrutura estabelecida de poder quanto as ideias e valores dominantes na sociedade"³. Esse ânimo contra o establishment não se restringiria apenas aos âmbitos político e econômico, mas também a setores da mídia e da universidade. A ideia central que caracteriza esse aspecto populista é a de que aqueles que detêm atualmente o poder são incapazes de atender aos verdadeiros interesses do cidadão comum (BARR, 2009).

O populismo aparece quando há um aumento da distância entre as duas dimensões democráticas. A democracia é um ponto de intersecção entre as visões pragmática e redentora. Enquanto a visão ceticista suspeita do poder e enxerga na política apenas um meio para manter a ordem e reduzir conflitos, a visão redentora coloca na política a única maneira de atingir a perfeição (CANOVAN, 1999).

³ Trecho no idioma original: "as an appeal to 'the people' against both the established structure of power and the dominant ideas and values of the society".

Arditi (2004) sofisticada essa visão e entende o populismo como espectro da democracia: é um fenômeno que ao mesmo tempo a acompanha e a assombra. A evolução constante dos meios de comunicação permite que os candidatos dispensem as estruturas partidárias e recorram a uma relação direta com os potenciais eleitores. Isso é uma esteira aberta para o aparecimento de líderes populistas, que passariam a ser um componente funcional da disputa democrática e não apenas um evento proporcionado por crises nas instituições.

O autor ainda recorre à metáfora de fãs de futebol despreocupados com as regras de etiquetas vigentes no espaço público para sustentar que o populismo pode consistir em uma maneira de renovar o processo político sem recorrer a subterfúgios alheios ao processo democrático (ARDITI, 2004).

O traço distintivo do fenômeno populista, para outros autores, passa a ser a sua dinâmica temporal. O populismo se caracterizaria por ser “a exploração sistemática do sonho em tempo real, ao vivo (como na CNN!), e já não como nas doutrinas revolucionárias, com a perspectiva de uma utopia prometida a uma realização distante”⁴ (HERMET, 2003, p. 11). A ideia do populismo é oferecer respostas instantâneas para problemas que não podem ser resolvidos imediatamente pela ação governamental (HERMET, 2003). Essa característica poderia ser resumida como a “abolição da dimensão cronológica da razão política” (HERMET, 2003).

Assim, o populismo é entendido como uma promessa de satisfação imediata das necessidades populares (BAROZET, 2003). O populismo se constituiu como por aquilo que ele quer representar, no caso, o povo (MARTIN, 2010).

O populismo também é identificado pela necessidade do líder em estabelecer uma relação direta com seu eleitorado, sem a necessidade de intermediação por atores pre-existentes (BAROZET, 2003). O carisma do líder neopopulista engloba a capacidade de oratória e de trabalho, uso de jargões populares, discurso antipartidário e quase-messianismo. A ausência da mediação institucional na relação com a massa é característica marcante desse fenômeno (VILAS, 2004).

Para organizar cronologicamente, é comum agrupar as ocorrências do populismo clássico, típico dos anos 40 e 50. Esse estilo congregava um líder carismático, que era

⁴ Trecho no idioma original: “la explotación sistemática del sueño en tiempo real, en vivo (¡como en CNN!), y ya no como en las doctrinas revolucionarias, con la perspectiva de una utopía prometida a una realización lejana”.

seguido por uma grande massa e cuja atuação acarretou expansão do eleitorado. Seu discurso previa várias reformas, se baseando no povo como fonte de legitimidade (CONIFF, 2003). É nesse grupo que estão governos latino-americanos como os de Perón, na Argentina, de Cardenas, no México e de Getúlio Vargas, no Brasil.

Era um momento muito específico do desenvolvimento econômico desses países, em que algumas características eram compartilhadas: ampla mobilização social, integração das camadas populares urbanas, ideário nacionalista e uma condução muito personalista (VILAS, 2004). Foi esse populismo que conseguiu mobilizar o surgimento das nações na América Latina, onde antes só havia Estados com grupos sociais separados (ALCANTARA, 2016).

O neopopulismo foi uma denominação que surgiu para agrupar uma série de políticos, encontrados especialmente na América Latina nos anos 90, que se elegeram e aplicaram programas econômicos de matriz neoliberal (HERMET, 2003). Houve um abandono da ideia de intervencionismo estatal, que estava intrinsecamente vinculada ao populismo clássico, ao mesmo tempo em que permaneceu a ênfase na rejeição aos partidos políticos e se distanciou de atores clássicos para o movimento do início do século, como os sindicatos (CONIFF, 2003). Os exemplos citados dessa ocorrência são Carlos Menen na Argentina, Alberto Fujimori no Peru e até mesmo Fernando Collor de Mello no Brasil.

Nessa etapa, os líderes já dispunham de ferramentas mais equipadas para permitir seu contato com a população, como os meios de comunicação de massa, o voto obrigatório e a ausência de vigilância militar (que rondou os regimes populistas na década de 60). Até mesmo a inclusão de novos votantes em razão de mudanças nos cidadãos com direito a voto foi apontada como motivo para o ressurgimento do populismo, já que adolescentes e analfabetos (até então tradicionalmente excluídos dos pleitos) puderam votar e se tornaram um contingente disponível para a atuação dos neopopulistas (CONIFF, 2003).

Para muitos autores, o neopopulismo surge como resposta a uma crise de representação política, ou seja, a uma perda de identificação da população com os partidos políticos existentes e a movimentação de forças políticas em direção a novas estruturas (VILAS, 2004).

Uma divisão entre o populismo dos antigos e o populismo dos modernos foi estabelecida para caracterizar as duas vertentes (ainda que haja exemplares dos primeiros ainda em ocorrência nesse século). O populismo dos antigos se nutriu da insurgência das massas contra as elites, responsáveis pela sua situação econômica desfavorável. Já o populismo dos modernos não está relacionado apenas aos pobres: ele provém de extratos da população que se opõem não aos ricos mas aos desfavorecidos, com os quais não compartilham nenhum laço de solidariedade (HERMET, 2003).

Algumas características, no entanto, permanecem em qualquer momento do populismo: líderes carismáticos, o apelo a sentimentos nacionalistas, promessas de reforma e menção constante aos interesses do povo (CONIFF, 2003).

Algumas lideranças recentes, como Hugo Chavez, na Venezuela, foram comumente enquadradas como populistas, ainda que se oponham ao discurso típico do neopopulismo e resgatem elementos mais associados com o populismo clássico, ao enfatizar o papel do Estado e a inclusão da população.

Na Europa, vários candidatos surgiram com força no início do século XXI e tendem a ser classificados como populistas: Marine Le Pen (Frente Nacional – França), Nigel Farage (Ukip – Reino Unido) e Geert Wilders (Partido para a Liberdade – Holanda). Uma visão principal argumenta que a insegurança econômica crescente e perdas sociais incentivaram um ressentimento popular contra as classes dominantes (INGLEHART, NORRIS, 2016). Outra corrente afirma, por sua vez, que a ascensão dos novos líderes populistas estaria calcada em setores que até então eram culturalmente predominantes e reagem com agressividade à perda do status que possuíam. Essa distinção entre as questões econômicas e o backlash cultural pode ser artificial (INGLEHART, NORRIS, 2016).

A pesquisa conduzida por Inglehart e Norris (2016) demonstrou que o apoio aos partidos populistas é maior na Europa entre homens, mais velhos, religiosos, com baixa escolaridade e pertencente a maiorias étnicas. Os valores compartilhados por esses apoiadores também foram consistentes e indicaram a presença de atitudes anti-imigrantes, desconfiança perante as instâncias de governo nacional e mundial, bem como o suporte a valores autoritários.

Permanece difícil para os populistas, se eleitos, construírem uma base ao entrar em coalisões governamentais e se tornarem parte do establishment (INGLEHART, NORRIS, 2016).

Na América Latina, vige um terreno fértil para o surgimento de populistas, pois há amplo espaço para encontrar demandas sociais do público que ainda não tenham sido atingidas e um fracasso da política estabelecida em administrar esses pleitos (MARTIN, 2010).

A candidatura João Doria

A candidatura de João Dori à prefeitura de São Paulo sempre se preocupou em mostrar que ele era um gestor e não um político. Foi exatamente essa frase que ele publicou em um post da página de Facebook em plena campanha eleitoral⁵, que faz parte do corpus dessa pesquisa. Sua biografia, no entanto, revela que Doria já teve passagem pela administração pública: ele foi secretário estadual de Turismo na gestão de Mario Covas como governador de São Paulo (1983-1986), além de ter sido presidente do Embratur (Instituto Brasileiro de Turismo) durante a presidência de José Sarney, entre 1986 e 1988.

João Doria ficou conhecido por apresentar talk-shows e por comandar, durante dois anos, o reality show O Aprendiz (cuja versão norte-americana que originou a brasileira foi comandada por anos pelo atual presidente estadunidense Donald Trump). O empresário é presidente do LIDE, um grupo de empresas “formado por líderes empresariais de corporações nacionais e internacionais, se preocupa em sensibilizar o empresariado para a importância de seu papel na construção de uma sociedade ética, desenvolvida e consciente⁶”.

Com o apoio do governador do estado de São Paulo Geraldo Alckmin, Doria disputou as primárias no PSDB, enfrentando Andrea Matarazzo e Ricardo Tripoli (deputado federal pela legenda). O processo foi conturbado, tendo Doria sido acusado de abuso de poder econômico e cometimento de crimes eleitorais. Isso motivou o

⁵ O post “Não sou político, sou gestor. SP precisa é de uma administração eficiente e inteligente” foi publicado em 18 de setembro de 2016 pelo então candidato.

⁶ A definição consta do website do grupo LIDE.

Ministério Público Eleitoral a ingressar com uma ação na Justiça Eleitoral em que pleiteia a cassação da chapa tuana.

A candidatura Doria, que era desconhecida pelo grande público no início da campanha, foi ganhando votos e permitiu que o candidato tuano chegasse como o candidato a ser batido. Em 26 de agosto de 2016, no início do período eleitoral, Doria ocupava a quinta posição de intenção de voto, com apenas 5%. Já na última semana da campanha, em 30 de setembro, Doria ocupava o primeiro lugar isolado, com 30% das intenções de voto⁷.

Ao final da eleição, João Doria foi eleito no primeiro turno, com 53,29% dos votos válidos (3 085 187 de votos), contra candidatos com vasta experiência no campo político. O então prefeito Fernando Haddad, que concorria à reeleição, ficou na segunda colocação, alcançando apenas 16,70% dos votos.

O deputado federal Celso Russomano (que também possui reconhecimento midiático, pois apresenta quadro em que defende os direitos dos consumidores na TV Record) foi outro concorrente que liderou as pesquisas de intenção de voto em meados de 2017, mas atingiu apenas a terceira posição no pleito. A senadora Marta Suplicy, que já foi prefeita de São Paulo entre 2001 e 2004, terminou na quarta colocação, enquanto a deputada federal Luiza Erundina, cujo mandato pela prefeitura paulistana ocorreu entre 1989 e 1992, alcançou o quinto lugar nesse disputa eleitoral de 2016.

Doria foi, dessa maneira, o primeiro candidato a ser consagrado prefeito de São Paulo ainda no primeiro turno (desde que o sistema em dois turnos foi adotado pelas eleições municipais, em 1992, o município sempre precisou das duas etapas para definir o vencedor).

Foi inovador também o fato de que o candidato do PSDB obteve a maioria dos votos em 56 das 58 zonas eleitorais. Apenas duas zonas no extremo sul da cidade, Grajaú e Parelheiros, deram maioria de votos para a candidata Marta Suplicy (nessa última, a diferença foi pequena, pois Marta levou 31,55% contra 30,64% dos votos de Doria). Apresentado esse panorama sobre o candidato, é possível se voltar ao objeto específico dessa investigação.

⁷ Pesquisas Datafolha registradas no TRE-SP sob os n.º SP-01183-16 e SP-05632/2016.

Análise dos resultados

Conforme já descrito ao início do artigo, o objetivo do trabalho consiste em analisar as postagens do candidato João Doria Jr no Facebook a fim de distinguir os eventuais traços que permitiriam enquadrá-lo como populista. Com esse intuito, foram coletados todos os posts publicados pelo então candidato em sua página oficial na rede social, entre 16 de agosto e 1º de outubro de 2016 por meio do aplicativo Netvizz. Esse período temporal corresponde ao período em que são permitidas as atividades de campanha pela Justiça Eleitoral, nos termos da legislação vigente naquele ano.

Essa busca resultou em 190 posts. Quinze desses posts eram atualizações de foto ou vídeos ao vivo (*live*) feitos pelo concorrente, de modo que foram excluídos dessa análise. Assim, restaram 175 posts, que compõem o corpus do presente estudo.

É preciso deixar claro que essa pesquisa exploratória não pretende determinar se o candidato é populista. Até mesmo pela pequena amostra temporal, é impossível estabelecer afirmações com veemência; a intenção primordial é descobrir se os elementos típicos do populismo se fizeram presentes.

Assim, as mensagens postadas pelo candidato na sua rede social foram analisadas sob os seguintes critérios, já apresentados na seção anterior como aqueles trazidos pela literatura para caracterizar o populismo: relação com o tempo, discurso anti-establishment e contato direto com o público/povo.

Ao se levar em conta a dimensão temporal do fenômeno populista, ou seja, o caráter imediato da resolução das pretensões do público, é possível notar em certas postagens do candidato como esse discurso está claramente evidenciado. Foram nove as postagens em que se identificou essa noção da dimensão temporal.

A principal marca que evidencia essa característica é o slogan adotado pelo postulante e que foi repetido em quase todos os posts com uma hashtag: #AceleraSP. Ao escolher como ação principal o verbo acelerar, o prefeito implica dar ênfase para aumentar a velocidade, o ritmo.

No último dia de campanha (30/09), Doria postou um posicionamento contra Luiza Erundina em que defende querer “uma cidade diferente mais rápida, mais ágil”. Ou seja, a mudança que Doria propõe levar se assumir a prefeitura está intimamente

conectada com o aspecto temporal. Esse aspecto volta a ser ressaltado quando Doria aborda a saúde pública e declara que: “nossa população precisa de urgência quando se trata dos seus problemas. Vamos cumprir isso da forma mais ágil possível”. Em um curto post, Doria não destacou nenhuma proposta ou plano para a área. O foco era demonstrar que a questão seria resolvida de maneira ágil e urgente.

Essa promessa de soluções rápidas foi muito evidente em todos os momentos que o candidato abordou o tema da saúde na sua página da rede social. No dia 23/09/2017, Doria escreveu que “São Paulo precisa de prioridade na saúde. As filas de espera de exame têm que acabar”, enquanto no dia 09/09/2017 já havia dito a aqueles que o curtem que “quem está doente não pode esperar. Conheça minhas propostas para a saúde de São Paulo”. Em ambas as postagens, é nítido o reforço do aspecto de imediatividade: o candidato promete prioridade e reconhece que os pacientes não podem esperar. É a resposta desejada pelos eleitores aqui e agora (ainda que esse seja o título de programa com o qual o seu concorrente Russomano se destacou na televisão).

A simplicidade de soluções para problemas crônicos da administração pública é um traço comum ao discurso populista e que aparece nos textos postados por Doria. “O problema da saúde em São Paulo será resolvida de maneira simples: com inteligência. A ociosidade, a falta de agilidade vai acabar”, disse Doria em 05/09/17.

No dia 06 de setembro, Doria menciona que está “acelerando desde as 3h da manhã” ao desejar bom dia aos seus seguidores. No mesmo dia, ao falar sobre mutirões na saúde paulistana, ele menciona que “São Paulo precisa acelerar”. A constante menção à lentidão aos canais oficiais e a imediata ativação correspondem ao discurso neopopulista, com essa promessa da resolução imediata dos problemas (BAROZET, 2003).

O elemento antiestablishment que também é corrente na literatura para caracterizar o populismo é visível também em posts publicados nas redes sociais do prefeito. O post de 16 de setembro é o que melhor resume essa questão: “Não sou político, sou gestor”. O postulante pretende, com essa mensagem, se diferenciar de toda a classe política e tentar passar uma imagem de algo novo.

Ele utiliza a experiência privada para se diferenciar dos outros candidatos e demonstrar para o público que ele é o único que não está ligado ao universo político. Na postagem do dia 23/08/2017, Doria publica também: “Sou o único empresário aqui, sem

desrespeitar os políticos e quero trazer a eficiência do setor privado para a administração pública.” A figura do empresário é acionada constantemente pelo candidato para se desvincular dos atores políticos tradicionais e o conhecimento proveniente da vida privada é oposto às práticas correntes na administração municipal.

É nessa mesma linha de argumentação que ao mencionar o comando das subprefeituras, ele destaca que nomeará “gestores de ficha limpa e currículos que cumpram as necessidades que essa função requer vamos administrar essas regiões da melhor forma possível” (postagem de 26/09/2017).

As críticas à gestão de Haddad aparecem em alguns posts sempre enfatizando que a gestão não era eficiente e não conseguiu resolver os problemas dos paulistanos, como em post divulgado na antevéspera da eleição: “Uma gestão eficiente se faz entregando o que se promete. Não foi o que aconteceu na gestão passada”. No entanto, ao mesmo tempo, Doria não hesita em mencionar o governo estadual, comandado por um aliado seu Geraldo Alckmin (PSDB): “São Paulo sofre com as enchentes. Para minimizar e resolver por definitivo, vamos atuar em parceria com o governo do estado implementando ações eficazes” (26/09/2017). Assim, parece que vale muito mais uma lógica de aliados e oposição do que uma crítica completa a toda e qualquer administração.

As críticas ao establishment também envolveram o impeachment da então presidente Dilma Rousseff, que foi finalizado enquanto se desenrolava a campanha para escolher o chefe do Executivo municipal: “Milhares de pessoas foram para as ruas clamar por um país mais honesto e justo. O resultado foi o impeachment da presidente petista que junto com sua turma deixou como marca o desemprego a inflação e a recessão” (publicado em 31/08/2017). Além do antipetismo que era uma marca do candidato, a postagem deixa ver que as características negativas da economia são associadas pelo prefeito ao comando da administração. É um establishment que só trouxe prejuízos à economia, mas que Doria pretende mudar ao assumir.

Esse discurso de gestor que se difere completamente do establishment é o mais recorrente: “Eu trago minha experiência do setor privado para administrar essa cidade com eficiência. Vamos em frente pensando na população e trazendo o desenvolvimento que São Paulo precisa” (26/09/2017).

No que diz respeito ao vínculo direto, pode-se ressaltar que em todos os posts analisados não havia nenhuma menção ao PSDB, partido pelo qual Doria concorreu à Prefeitura. Foram mais de uma centena de posts, por um período de 45 dias, sem que o postulante optasse por incluir nas postagens o nome da agremiação. É possível extrair disso a vontade de Doria em se comunicar direto com seu público, ignorando o papel do partido (BAROZET, 2003).

A ideia de Doria parecia utilizar o PSDB para se tornar conhecido e poder disputar as eleições (tendo em vista que a legislação brasileira só aceita candidaturas vinculadas às agremiações partidárias) ao mesmo tempo em que convence os eleitores de que ele é um outsider – no que ele não é caso isolado, como aponta a literatura (BARR, 2009).

Doria também utilizou os posts para construir o vínculo e demonstrar que ele era similar ao eleitorado que pretendia conquistar. Em 23/08/2017, ele menciona seu amor por São Paulo ao falar que nasceu no município, mas é filho de nordestinos (que correspondem a um grande contingente de moradores). Ele criou um apelido de João Trabalhador, porém foi utilizado em apenas três das postagens que compõem o corpus dessa pesquisa.

Até mesmo para se contrapor à noção do senso comum de que os políticos não trabalham, Doria gostava de enfatizar que trabalhava muito, às vezes desde às 3h da manhã. A pretensão de identificação com a população fica evidente nas postagens do candidato, conforme se vê no post de 26 de setembro: “sou um trabalhador. Tudo o que conquistei na vida foi com muito trabalho. Conquistei meu patrimônio com honestidade e decência em 45 anos de muito trabalho”.

Considerações finais

Pensar o populismo cientificamente é uma maneira de trazer consistência a um conceito cujo uso se popularizou e é utilizado mais como desprezo ao adversário do que como um termo com reais significados. Encontradas as características básicas e centrais desse instituto, a análise dos exemplos reais se torna mais embasada e pode contribuir na evolução do conceito.

Os resultados demonstraram que a hipótese inicial foi confirmada, pois os elementos definidores do populismo estavam presentes nos posts analisados, ajudando a construir o discurso do candidato nas redes sociais. Não foram todos os posts que apresentaram os traços de populismo (até porque a maioria era extremamente curta, com poucos caracteres), mas foi possível captar as características elencadas pela literatura de forma homogênea em diversas manifestações do postulante.

A resposta rápida e fácil para os problemas que correspondem às demandas não-atendidas dos setores da população talvez tenha sido a mais marcante, pela ênfase com que Doria construiu suas postagens sempre ao redor dessa promessa (o slogan Acelera SP é prova de que a dimensão temporal de agilidade foi crucial para a construção da mensagem política).

Importante perceber também que, ao mesmo tempo em que havia um forte discurso anti-establishment nas suas postagens, com menção constante ao termo gestão, para evocar os mandamentos positivos do empreendedorismo e do mundo empresarial, essa mesma crítica era negligenciada para mencionar o governo estadual, que apoiava o então candidato. Uma aversão ao petismo (que na época comandava as esferas federal e municipal) parecia mais relevante do que um repúdio a todos os políticos.

As análises das manifestações nas outras plataformas também representam um caminho interessante para continuar a discussão aqui levantada. Se nos voltarmos às manifestações de Doria durante os debates com outros candidatos, nos programas que o postulante veiculou no horário gratuito em rádio e televisão ou nas entrevistas que concedeu ao decorrer do processo, a investigação encontrará resultados aptos a descobrir se o discurso se manteve consistente ou se os traços encontrados no Facebook se distinguiram do tom adotado pelos outros meios de campanha.

Pesquisas futuras poderiam aprofundar essa discussão também analisando os posts nas redes sociais que Doria continuou fazendo após tomar posse como chefe do Executivo. Essa característica incessante de utilização das redes sociais digitais ao longo do mandato vem chamando a atenção e uma análise detalhada desse material pode contribuir para um possível enquadramento mais sólido do governante como populista.

O êxtase provocado por Doria parece ainda não ter chegado ao fim na cena midiática atual. Com menos de um ano de mandato, ele já é cotado para concorrer à presidência da República em 2018, já tendo sido até mesmo capa de revista semanal

informativa. Agora que passa a desfrutar de uma recente passagem pela prefeitura, será interessante perceber como o discurso será construído, se é que a candidatura será efetivamente consolidada, e se os elementos definidores do populismo voltarão a aparecer em um pleito presidencial.

Referências

AGGIO, Camilo; REIS, Lucas. Campanha eleitoral no Facebook: usos, configurações e o papel atribuído a esse site por três candidatos eleitos nas eleições municipais de 2012. **Revista Compolítica**, n. 3, vol. 2, ed. jul-dez, 2013, p. 156 – 188.

ALCÁNTARA S. Manuel. América Latina, a vueltas con la identidad nacional. *In*: **Política Exterior**, 2016, p. 80 a 93.

ARDITI, Benjamín. Populism as a spectre of democracy: a response to Canovan. **Political Studies**, v. 52, 2004, p. 1335 a 143.

BAROZET, Emmanuelle. Movilización de recursos y redes sociales en los neopopulismos: hipótesis de trabajo para el caso chileno. *In*: **Revista de Ciencia Política**, v. XXIII., n. 1, 2003, p. 39 a 54.

BARR, Robert R. Populists, outsiders and anti-establishment politics. **Party politics**, v. 15, n. 1, 2009, p. 29 a 48.

CANOVAN, Margaret. Trust the people! Populism and two faces of democracy. **Political Studies**, n. XLVII, 1999, p. 2 a 16.

CILIA, Gustavo Bianezzi. De Chávez a Trump: dificuldades do método comparativo aplicado ao populismo. **Teoria & Pesquisa**, v. 26, n. 1, 2017.

CONIFF, Michael L. Neo-populismo en América Latina. La década de los 90 y después. **Revista de Ciencia Política**. V. XXIII. N. 1, p. 31 a 38, 2003.

HERMET, Guy. El populismo como concepto. *In*: **Revista de Ciencia Política**, v. XXIII, n. 1, 2003, p 5 a 18.

INGLEHART, Ronald F. & NORRIS, Pippa. **Trump, Brexit and the Rise of populismo**: economic have-nots and cultural backlash. Harvard Kennedy School. Working paper series, 2016.

LACLAU, Ernest. **La razón populista**. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2010.

MARTIN, Retamozo. Populismo y democracia en América de Sur: oposición o complemento? V Congreso Latinoamericano de Ciencia Política. Buenos Aires, 2010.

VILLAS, Carlos M. Populismos reciclados o neoliberalismos a secas? El mito del neopopulismo latino-americano. *In*: **Sociología Política**, n. 22, 2014, p. 135 a 151.