

Os mandatos da antipolítica: líderes políticos digitais e a representação política na América Latina

[The terms of anti-politics: digital political leaders and political representation in Latin America]

REVISTA
compolítica

Revista Compolítica

Ano 2023, v. 13, n.1

<http://compolitica.org/revista>

ISSN: 2236-4781

DOI: 10.21878/compolitica.2023.13.686

Joscimar Souza Silva

Universidade de Brasília (UNB)

[University of Brasilia]

Resumo

Na última década (2010-2020), novas lideranças políticas se candidataram a cargos públicos convertendo a visibilidade nas mídias sociais digitais em representação política. Este artigo analisa a interação entre lideranças políticas digitais e seus seguidores durante seus mandatos. A partir da mineração de dados, foram estudados os casos de Kim Kataguirí, Joyce Hasselmann (Brasil) e Samuel Garcia (México). Os resultados apontam que essas lideranças mantêm o discurso antissistema e o forte personalismo político nos espaços onde atuam. Em seguida é discutido esse novo tipo de representante político no conturbado contexto de acirramento da crise de representação e de aumento da população conectada às mídias sociais digitais.

Palavras-chave: crise da representação; mídias sociais digitais; opinião pública.

Abstract

In the last decade (2010-2020) new political leaders have applied for public office, converting visibility and legitimacy in digital social media (social networks) to political representation. This research is dedicated to the study of the interaction between digital political leaders and their followers, verifying the dynamics of political representation in contexts where these leaders assume elective positions. From data mining, the cases of Kim Kataguirí and Joyce Hasselmann (Brazil) and Samuel Garcia (Mexico) were studied. The partial results show that these leaders maintain the anti-system discourse and strong political personalism in the spaces of political representation and discuss this new type of political representative in the troubled context of the intensification of the representation crisis and the increase in the population connected to digital social media.

Key words: crisis of representation; social media; public opinion.

Os mandatos da antipolítica: líderes políticos digitais e a representação política na América Latina

Joscimar Souza SILVA

Prêmio Compolítica de Tese 2023

Compreendemos como lideranças políticas digitais as pessoas que alcançaram os espaços do poder político institucional (representação institucional) ou uma legitimidade para representar – expressa em potencial de votos (independente de já terem sido eleitas ou não). Por meio das mídias sociais digitais, atuam contestando o sistema político, em oposição aos partidos e às lideranças tradicionais, com fraco vínculo aos partidos políticos ou sem trajetória política prévia, englobando, portanto, a característica antissistema (*outsider*). Elas são caracterizadas como lideranças políticas digitais pois influem no cenário político capitalizando votos para si ou para outros e exercendo poder político ao direcionar os seus seguidores a partir das mídias sociais digitais (Silva, 2021).

O objetivo deste artigo é compreender a imagem política produzida pelas lideranças políticas digitais enquanto estão em posição de representação política. Ou seja, analisar de que forma atuam nas mídias sociais digitais após chegaram aos espaços institucionais de representação política com discursos antipolítica. Estudar essa questão é fundamental para entender essa nova mudança na representação política, marcada por profunda crise de representação em jovens democracias da América Latina, em que lideranças emergem com discursos antissistema, num padrão que se repetiu nas eleições regionais e locais de 2015 e 2016 no México e no Brasil, respectivamente, e nas eleições nacionais desses dois países em 2018, e que pode ocorrer em novos pleitos eleitorais. Assumimos como pressuposto que o mais recente processo de reconfiguração das fontes de informação política no Brasil e no México, associado aos protestos antissistema mediados pelas mídias sociais digitais, ambos ocorridos entre os anos de 2012 e 2020, foram a porta de entrada para novas lideranças na arena política (Silva, 2021).

As lideranças políticas digitais emergem de padrões contestatórios em contextos de profunda desconfiança do sistema político e das suas instituições. Em suas pautas de campanha eleitoral

prometem, em alguma medida, o combate incisivo à corrupção, uma atuação política eficiente e, em linhas gerais, uma “nova política”. Ao adentrar os espaços institucionais de representação, é provável que essa dinâmica discursiva possa ser afetada em alguma medida, seja pelas regras institucionais, que impõem uma rotina de práticas, seja pela necessidade de tomada de decisões visíveis ao eleitorado, que podem se contrapor às expectativas produzidas pelos discursos do contexto de pré-campanha e de campanha eleitoral.

Ao discorrer sobre a crise da representação política, especialmente sobre o papel das instituições e das lideranças em legitimar as instituições, Peter Mair (2015) afirma que a descrença na representação tem sido agudizada porque as instituições políticas continuam operando, porém sem uma ação que fortaleça e legitime a institucionalidade democrática. Dessa forma, elas têm permitido que discursos antissistema penetrem no seu espaço institucional, ao mesmo tempo que não têm utilizado os mecanismos para fazer com que os discursos antipolítica e antissistema sejam enfrentados e combatidos. Portanto as instituições políticas, ao permitirem que a confiança sobre elas seja minada por dentro, pelas próprias lideranças eleitas, afasta ainda mais o eleitorado e, embora operando, acabam governando sobre o vazio. Esse é o vazio da baixa representatividade, da desconfiança e da perda gradual de legitimidade.

Isso faz com que seja fundamental compreender como os líderes políticos digitais têm operado para a manutenção da legitimidade dos seus mandatos. Para entender esse contexto de representação realizamos a mineração de dados dos líderes políticos digitais Kim Kataguirí, Joyce Hasselmann (Brasil) e Samuel Garcia (México) no Facebook. Eles foram escolhidos por estarem ocupando mandatos e por terem seus perfis principais (com mais seguidores) no Facebook, permitindo comparabilidade. A partir dos dados minerados, procedemos à análise de conteúdo discursivo (Mendonça; Simões, 2012) de posts compartilhados nos perfis dessas lideranças políticas digitais e algumas interações dos seguidores.

Um dos fatores que entendemos que necessita ser melhor explorado são as demandas representativas, ou seja, a conexão entre o que expressa a opinião pública em termos de demandas políticas e o que oferecem discursivamente os líderes de opinião e influenciadores digitais nas mídias sociais. No contexto de campanha, já sabemos que essas lideranças utilizam o discurso antipolítica (contra os partidos e contra os políticos tradicionais), o discurso anticorrupção e contra as formas da política tradicional (inclusive contra as instituições políticas), é importante verificar como esse discurso é moldado quando os líderes políticos digitais se tornam representantes políticos eleitos.

Dessa forma, cabe perguntar: como os líderes políticos digitais que emergem com discursos antissistema amoldam seus discursos quando se tornam representantes? Como essa permanência ou alteração do discurso afeta a legitimidade do líder político digital perante seus seguidores?

A hipótese da pesquisa é que: (H1) os líderes políticos digitais continuam com o discurso antipolítica, anticorrupção. O discurso radicalizado contra a política tradicional e contra a corrupção é fundamental para a manutenção de seus seguidores. Também as instituições reagem pouco aos posicionamentos antipolítica e até mesmo antidemocráticos expressados por lideranças políticas. As razões para isso não cabem ao esforço deste trabalho, mas certamente merecem uma investigação mais aprofundada (Castells, 2018; Silva, 2021).

E a hipótese nula é que: (H0) o discurso antipolítica e anticorrupção é apenas eleitoral, portanto, não permanece após a eleição. Essa seria uma evidência de que as lideranças políticas digitais utilizam as mídias sociais nos modelos mais tradicionais de campanha eleitoral, em que após o período eleitoral as agendas da campanha são abandonadas nas mídias sociais digitais, o que não se parece confirmar em trabalhos anteriores (Iasulaitis, 2012; Silva, 2021). Embora somente desenvolva uma hipótese, já que analisa apenas três casos de lideranças políticas digitais, esse trabalho busca fornecer os subsídios para uma análise com um número maior de casos.

Além desta introdução, este artigo conta com mais outras três seções. Na seção 2 discutimos, a partir do referencial teórico sobre crise de representação, como esta cria espaços para o personalismo político, que irá se manifestar fortemente nas lideranças políticas digitais. Na seção 3 apresentamos e discutimos os resultados preliminares da pesquisa *Líderes políticos digitais e a nova metamorfose da representação política na América Latina* com os dados de pesquisa anterior (Silva, 2021). Por fim, a última seção apresenta as considerações finais e os novos passos da pesquisa, que está em desenvolvimento.

Governando sobre o vazio e o espaço do personalismo político

Uma das marcas da democracia contemporânea tem sido a indiferença. Essa característica já fez parte do presságio sobre o que viria a ser a democracia liberal caso ela se resumisse apenas a um procedimento de agregação de interesses individuais (Pateman, 1992; Pitkin, 1979). Porém, na primeira década dos anos 2000, alguns estudos já identificavam que os partidos políticos passavam

por um processo de distanciamento do eleitorado, que poderia afetar até mesmo a adesão pela democracia (Dalton; McAllister; Wattenberg, 2003; Kirchheimer, 2012; Torcal; Monteiro, 2006). Na segunda década dos anos 2000, contudo, é constatado um perigoso agravamento da crise de representação política, que ultrapassa os partidos (Castells, 2018; Mair, 2015; Silva, 2022).

A crise de representação é aqui entendida como o atual ciclo de descrença nas instituições representativas, queda da confiança nos partidos, rejeição às instituições e procedimentos da democracia representativa e protestos antipolítica e antissistema. Por protestos antipolítica e antissistema entende-se aqueles em que há ataques à institucionalidade, às instituições e procedimentos republicanos ou democráticos, às organizações cívicas e aos partidos políticos. É certo que, ao analisar a democracia representativa nos moldes liberais, esta sempre esteve em crise de representação, mas estamos tratando aqui do tendencial aprofundamento dessa crise a partir das últimas quatro décadas do século XX, mensurada e percebida especialmente por pesquisadores do comportamento político de países da Europa e América do Norte e de alguns países da América Latina, com dados a partir da última década do século XX, sendo este o contexto ao qual se dedica esta pesquisa (Baquero, 2000; Dalton, Wattenberg, 2000; Kirchheimer, 2012; Mair, 2015; Moisés, 2008; Panebianco, 1996; Torcal; Monteiro; Gunther, 2003; Silva, 2022).

Segundo a literatura especializada, os partidos políticos têm a função representativa e a função procedimental. A função representativa é a que estabelece vínculos entre os cidadãos e os partidos, tornando-os legítimos para representação. A função procedimental diz respeito ao papel de recrutar lideranças e de governar, que parece não estar em crise. A crise na função representativa dos partidos está atrelada ao seu distanciamento em relação ao diálogo e às demandas do eleitorado, aproximando-se deste apenas em períodos eleitorais e centrando esforços na disputa pelo Estado. Nessa nova lógica de atuação, os partidos tendem a se esforçar para conseguirem o maior número de eleitorado apenas nos períodos de campanha e, para isso, tendem a se comportar com um discurso que capte a maior parcela de votantes através da visibilidade midiática de seus candidatos em disputa, modelo de comportamento partidário conhecido na literatura como “catch-all”, “atrapalotodo” ou “cata tudo” (Dalton; McAllister; Wattenberg, 2003; Katz; Mair, 2008; Mair, 2015; Pereira; Mueller, 2003).

Autores de longa trajetória em estudos dos partidos políticos, a exemplo de Panebianco (1996) e Peter Mair (2015), têm identificado que o agravamento da crise de representação é um importante fator explicativo do enfraquecimento das instituições representativas e das lideranças políticas tradicionais, o que possibilita a emergência de novos líderes políticos antissistema. Diversos estudos sobre a

representação política contemporânea apontam que a crise de representação — expressa normalmente pelos indicadores de descontentamento com os partidos políticos e com as instituições governamentais e de desafeição pela democracia — gerou um espaço propício para a emergência de lideranças de fora dos partidos políticos (ou percebidas como tal), que emergem usando discursos contra o sistema e contra os políticos tradicionais (líderes de longa carreira política, normalmente vinculados a partidos), um sinal de antipartidarismo reativo (Aragón-Falomir; Fernandes de Lara Gaitán; Luca, 2019; Baquero, 2010; Caiani; Parenti, 2011; Calvo; Gómez-Pastrana; Mena, 2011; Castells, 2013, 2016, 2018; Innerarity, 2015; La Puente, 2016; Mair, 2015; Panebianco, 1996; Silva, 2020, 2021, 2022).

A desconfiança está relacionada ao contexto de redução da crença nas instituições da representação política, em especial nos partidos políticos. Os indivíduos que concentram maior desconfiança política podem ser considerados cidadãos críticos, se essa desconfiança provém do aumento da informação política e da capacidade de processar essas informações, sendo um qualificador do debate democrático e um sinal de aumento da participação política (Norris, 1999). Mas no caso de um contexto de agravamento da crise de representação em que historicamente foi baixa a confiança nos partidos, em detrimento da expressão de cidadãos críticos, há a predominância de manifestações de antipolítica (Panebianco, 1996), de uma reação de descrédito e negação da política como parte até mesmo do processo eleitoral, o que inclusive é estimulado por candidaturas antissistema (Mair, 2015; Telles, Mundim; Baptista, 2020).

A desconfiança se torna “viral”, especialmente porque os desconfiados estarão “conectados” às mídias sociais digitais, as quais se tornaram plataformas de expressão da indignação política, especialmente nos momentos de efervescência dos protestos antissistema (Castells, 2013, 2018; Pentead; Lerner, 2018; Telles, 2016). Segundo Moreno (2018), a estrutura de câmara de eco das mídias sociais digitais possibilita que os discursos mais extremistas reverberem com maior força nessas plataformas, onde os usuários autocentrados querem se enxergar e se reafirmar nos discursos. Isso pode ser percebido em usuários comuns e até em legisladores que utilizam essas mídias digitais. Porém, ao incentivar uma intensa polarização política, isso coloca mais um entrave à convivência e ao diálogo democrático, já que segrega, distingue e instrumentaliza rivalidades on-line que podem ser projetadas para além dos ambientes dessas plataformas digitais (Moreno, 2018; Sunstein, 2017).

Dessa forma, além de desconfiados e conectados, encontra-se formada uma massa de indignados. Diferentemente das leituras mais otimistas quanto aos possíveis incrementos que esses movimentos

possam trazer à democracia (Castells, 2013; Araújo; Penteado; Santos, 2015), foi posteriormente constatado que a indignação dos conectados às mídias sociais digitais, por mais que expresse algum nível de esperança, como a luta contra a corrupção, resultou em um padrão de revolta que aprofundou ainda mais a crise política ao abrir espaços para a antipolítica e para as lideranças antissistema (Castells, 2018; Penteado; Lerner, 2018).

Conforme aponta Cheresky (2015), baseado em Manin (1995), o flutuante veredito da opinião é um padrão de comportamento político em cenários eleitorais centrados nas lideranças. Mas Cheresky (2015) acrescenta que, além da predominância da imagem na democracia de público, no contexto latino-americano só houve raras experiências localizadas em que o sistema partidário foi fortemente institucionalizado e com forte adesão partidária, e isso ocorreu, em muitos contextos, fora das experiências democráticas. Dessa forma, abre-se espaço para o personalismo como característica predominante na tradição política latino-americana (Ruiz, 2015).

O padrão personalista das lideranças políticas tradicionais na América Latina não é o mesmo vigente nas democracias avançadas, em que os valores pós-materialistas incentivam o desenvolvimento de lideranças midiáticas e para além dos partidos (Manin, 1995; Quesada, 2016; Rico, 2009). Embora dotado dos mesmos requisitos que compõe a figura personalista, a centralidade da liderança e o caráter midiático (Silva, 2018; Weber, 1982), na maioria dos países da América Latina nunca houve uma fase da “democracia dos partidos” (Manin, 1995), pois a “origem dos partidos políticos latino-americanos foram condicionadas por três dinâmicas interconectadas: elitismo, personalismo e clientelismo” (Ruiz, 2015, p. 23).¹

O domínio das elites políticas sobre os partidos na América Latina não está associado somente ao papel de lideranças políticas, mas também a figuras centralizadoras das siglas partidárias, normalmente associadas a outros domínios de poder econômico e social. O personalismo aparece, assim, vinculado a uma hierarquia rígida de poder, em que se destacam as lideranças tradicionais, as quais exercem práticas de manutenção da clientela, sejam eleitores ou lideranças menores (ocupantes de cargos nos estados e municípios). Conforme assinala Ruiz (2015, p. 23-24) “essas dinâmicas

¹ No original: “Los orígenes de los partidos políticos latino-americanos han estado condicionados por tres dinámicas interconectadas: elitismo, personalismo y clientelismo” (Ruiz, 2015, p. 23).

determinam a natureza, a evolução e as funções que desempenham os partidos desde então [sua fundação] até o momento atual, o que afeta diretamente o comportamento eleitoral dos cidadãos”.²

Esse contexto permitiu a emergência das lideranças populistas, já que a figura do líder também é extremamente explorada nesse modelo político, conforme relatados casos de décadas anteriores, que fazem parte da história política latino-americana (Baquero, 2010; Friedenberg, 2007). Porém, o personalismo se manifesta nas articulações de movimentos antissistema, que também são anteriores à década estudada nesta tese (2010-2020), apesar de terem ocorrido em períodos recentes. Cheresky (2015) registra que a partir dos anos 2000 já se experimenta fenômenos de novos movimentos sociais e políticos, de forte caráter personalista e com fortes características antissistema, como “los caceroleros” e “los piqueteros” na Argentina.

Se os partidos têm historicamente baixa adesão e legitimidade e se encontram diante de uma conjuntura na qual estão mais desacreditados pelos cidadãos, em que confia a população? Uma literatura importante tem se desenvolvido em torno do conceito de voto personalista, afirmando que parcela significativa do eleitorado decide seu voto com base em atributos de personalidade e imagem da liderança (Popkin, 1994; Rico, 2009; Silveira, 1994). Com base nessa literatura, busca-se aplicar o conceito de personalismo político para entender como novos líderes emergem, considerando o contexto da representação política e a conjuntura comunicacional da América Latina.

Algumas abordagens teóricas têm tentado compreender esses eleitores mais atraídos pelo personalismo político. Um exemplo é o trabalho de Silveira (1994), que estuda o eleitor intuitivo, ou seja, aquele que realiza a escolha do voto de forma intuitiva, não baseada numa lógica racional e dificilmente mensurada pelas pesquisas de opinião projetadas para captar um “eleitor racional”.

O trabalho de Silveira foi desenvolvido no contexto brasileiro e, portanto, não é generalizável para os dois países. Porém sua formulação teórica e seus resultados empíricos levam esse trabalho a atentar para essa outra dimensão do comportamento político ao estudar o comportamento eleitoral, muitas vezes não explicada. Essa dimensão da importância das percepções subjetivas sobre a representação da figura do líder é muitas vezes traduzida como uma característica do populismo. Porém, nesse trabalho faz-se uma distinção entre o personalismo e o populismo, dando preferência à adoção do

² No original: “Estas dinámicas han determinado la naturaleza, evolución y funciones que cumplen los partidos políticos desde entonces hasta el momento actual y afectan indirectamente el comportamiento electoral de los ciudadanos” (RUIZ, 2015, p. 23-24).

primeiro conceito (Silva, 2018). Aqui apresentamos apenas uma breve exposição panorâmica desse debate para a análise do comportamento político, considerando que a personalização da política se inicia com a difusão das mídias de massa e que é através delas que se desenvolvem as campanhas eleitorais. Dessa forma, políticos tradicionais e lideranças políticas digitais utilizam-se dos seus atributos de personalidade para conseguirem se estabelecer como representantes políticos.

Nesta mesma onda de personalização da política em que embarcaram os políticos tradicionais na “democracia de público”, “aparecem [novas lideranças] outsiders sem experiência partidária, com popularidade provinda de outro âmbito” (Eryszewicz, 2016, p. 42). Em sintonia com a afirmação de Eryszewicz (2016), Cheresky (2015) afirma que as atuais mudanças impostas pelas manifestações não mediadas pelas instituições tradicionais (partidos, sindicatos, movimentos sociais) colocam uma nova face da democracia, não se restringindo à democracia de público teorizada por Manin (1995), mas tratando-se de uma nova metamorfose deste sistema, especialmente centrada num outro tipo de liderança, mais volátil, mais “deliberativo”³ e mais imediatista. Esse novo padrão de comportamento apontado por Cheresky (2015) é coerente com o padrão apontado por Castells (2013) sobre a indignação e esperança expressadas pelos manifestantes que tomaram as ruas entre 2011 e 2013. Contudo, no contexto atual já há críticas ao otimismo apontado por Cheresky (2015) e Castells (2013), a exemplo da revisão feita pelo próprio Castells (2018), afirmando que as mobilizações aparentemente autônomas do início da década de 2010 representaram pontos de ruptura com a confiança na democracia e nas instituições.

Políticos começaram a disputar os espaços das mídias sociais com outros influenciadores e líderes de opinião. Almeida (2017) aponta que os deputados federais brasileiros utilizavam mais as mídias sociais do que os espaços institucionais ofertados pela Câmara dos Deputados e por outras mídias, devido à maior interação e capacidade de atingir o eleitorado. A ampliação de líderes políticos tradicionais nas mídias sociais passou a competir em visibilidade com novos líderes de opinião política, que emergiram também como líderes políticos (Penteado; Lerner, 2018; Penteado; Lopes; Silva, 2016; Silva, 2021). Neste trabalho nos dedicamos a pesquisar apenas casos de líderes políticos digitais que emergiram das mídias sociais digitais para a política, utilizando, assim, do mecanismo

³ O termo “deliberação”, apropriado por Cheresky (2015), reflete não processos deliberativos completos, mas um aumento da informalidade, da diminuição da intermediação da representação política na formação da opinião pública e na tomada de posição pelos cidadãos.

de “capital convertido”, conforme denominou Miguel (2003) ao tratar sobre a conversão de capital midiático para capital político.

As mídias digitais possibilitam o crescimento das lideranças políticas ao dar visibilidade aos discursos extremos, utilizar essa visibilidade radicalizada para alcançar mais público e manter a estratégia comercial das grandes plataformas alimentadas, conforme aponta Moore (2017). Dessa forma, o personalismo político nas mídias digitais pode ser mais agressivo do que o personalismo político na TV, e eleva os graus de polarização política, pois atíça as afetividades e as identidades captadas rotineiramente pelas plataformas comerciais das mídias sociais digitais (Sunstein, 2017).

Pesquisar as lideranças políticas digitais enquanto um novo fenômeno da representação política na América Latina é importante pois ajuda a compreender os impactos da expansão da informação política por mídias sociais digitais no continente. Isso dá continuidade a estudos da área de Comunicação Política e Opinião Pública, como os trabalhos de Almeida (2017), Alves (2019), Cheresky (2015), Guerrero e Luengas (2014), Moreno (2018), Penteado e Lerner (2018), Penteado, Lopes e Silva (2014). A delimitação sobre o contexto da América Latina também é importante para que possamos aproximar pesquisadores(as) latino-americanos(as) e nossas realidades, muito semelhantes em termos de cultura política e de conjuntura de acirramento da crise da representação (Moreno, 2018; Silva, 2022; Telles, 2016) e forte personalismo político (Eryszewicz, 2006; Silva, 2020).

É também a partir das referências metodológicas destes trabalhos que partimos para estudar a legitimidade das lideranças políticas digitais. Recorremos a duas fontes de dados: a mineração de dados das mídias sociais e a enquete on-line. A mineração de dados das mídias sociais compreende a extração de dados através de *application programming interface* (API), que são interfaces de programação de aplicativos, neste caso de mídias sociais digitais, abertas aos programadores, mas com um acesso parcial concedido à comunidade em geral e muito utilizado por segmentos de público como acadêmicos, jornalistas e empresas de marketing.

Considerando os aspectos acima discutidos, é fundamental conhecer como têm se desenrolado esses processos no Brasil e no México, entendendo que os protestos antissistema, a conjuntura informacional e a crise de representação abriram caminhos para a emergência de lideranças políticas digitais na última década (2010-2020). Agora é fundamental compreender como essas lideranças utilizam o discurso antipolítica como estratégia eleitoral.

Líderes políticos digitais para além das campanhas: o uso do discurso antipolítica como estratégia

A seguir apresentamos cada uma das três lideranças políticas selecionadas e a composição dos seus discursos nas mídias sociais digitais.

Joice Hasselmann, ex-jornalista da *Veja* — um dos periódicos políticos de maior circulação nacional —, apresenta-se como dona dos maiores canais de comunicação das mídias digitais. Tem perfis oficiais no Facebook, Twitter e YouTube. Desde as manifestações contra os governos petistas, a partir de 2013, Joice se tornou uma das vozes mais denunciadoras de corrupção nas gestões do Partido dos Trabalhadores (PT). Em tom sempre alarmista, seus vídeos e textos constroem um discurso de “cenário de guerra iminente”, de um grande inimigo a ser combatido, em que pequenos e isolados fatos podem se tornar grandes e graves ocorrências em narrativas conectadas de forma mirabolante. Hasselmann se elegeu pelo Partido Social Liberal (PSL), com 1.064.047 votos, como a deputada mais votada pelo Estado de São Paulo nas eleições 2018, maior colégio eleitoral do país.

Kim Katagui é outro jovem político que emergiu a partir das mídias sociais digitais e ganhou ampla influência política surfando na crise de representação e ganhando espaço nas mídias tradicionais e na representação política. Foi eleito deputado federal em 2018 pelo estado de São Paulo, pelo Democratas (DEM), com 465.310 votos. Tem perfis oficiais no Facebook e Twitter. Katagui é parte do Movimento Brasil Livre (MBL), que se formou durante os protestos antissistema no Brasil, ocorridos entre 2013 e 2015, com discursos liberais no aspecto econômico e de renovação política. Operando no Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, WhatsApp e Telegram, o movimento adotou um forte discurso pedindo “renovação da política”, contra a corrupção, e foi um dos grandes ganhadores dos protestos antissistema, tendo apresentado mais de vinte candidatos para cargos de deputados estaduais e federais nas eleições 2018. Embora parte de um partido político tradicional (Democratas, DEM, antigo Partido da Frente Liberal, PFL), Kim faz do MBL uma marca partidária, inclusive já tendo apresentado perspectivas de que o movimento se torne um partido político.

Samuel García é um jovem político do partido Movimiento Ciudadano, eleito Senador pelo estado de Nuevo Leon em 2018, com 526.359 votos. Tem perfis oficiais no Facebook, Twitter e YouTube e apresenta posicionamentos mais próximos da centro-direita. Samuel García é uma liderança do movimento Rescatemos Nuevo Leon, que é parte das mobilizações nas ruas e nas instituições

políticas por candidaturas independentes. O movimento fez um convite a pessoas de vários partidos, incluindo dos partidos tradicionais, para que integrassem o movimento, que defendia autonomia dos eleitos em relação ao que denominava “amarras partidárias”. Este movimento, emergido no Estado de Nuevo León, norte do México, é associado ao Movimiento de Regeneración Nacional (Morena), liderado por Andrés Manuel Lopes Obrador (Rescatemos..., 2014), que depois se consolida como um partido insurgente e conduz Andrés Manuel ao cargo de presidente do México. Porém, o movimento Rescatemos Nuevo Leon dispõe de representantes em diferentes partidos políticos e candidatos independentes.

Tabela 1 – Enquadramentos discursivos das lideranças políticas digitais, por categoria

Categoria/Líder	Joice Hasselmann	Kim Kataguiiri	Samuel García
Antipolítica	0%	3%	0%
Contra o modelo de representação	3%	5%	5%
Contra os partidos	11%	8%	11%
Contra líderes e candidatos	25%	16%	11%
Corrupção	14%	16%	11%
Economia	8%	16%	11%
Protestos e manifestações	3%	5%	0%
Valores tradicionais	3%	5%	11%
Valores seculares-rationais	0%	0%	0%
Violência	8%	0%	5%
Violência nas mídias sociais digitais	0%	0%	5%
Denúncia contra representantes políticos	3%	3%	11%
Contra movimentos sociais	6%	11%	0%
Conteúdo de publicidade pessoal	11%	3%	16%
Líderes maiores	0%	3%	0%
Contra líderes não políticos, ciência, academia e jornalistas	3%	3%	0%
Total	100%	100%	100%
Número de posts analisados	36	37	19

Fonte: Elaboração própria a partir de dados coletados entre outubro e dezembro de 2020

Embora haja em todas as lideranças críticas a partidos e candidatos, no período analisado, somente no contexto do líder político digital brasileiro Kim Kataguiiri foram encontrados discursos de “criminalização da política”. A corrupção é um tema muito presente nos discursos desses novos líderes. O tema da economia aparece em destaque na página de Kim Kataguiiri (16%), incisivamente defendendo a economia liberal, o livre mercado e a redução do papel regulador e executor do Estado.

Os protestos e manifestações aparecem nos enquadramentos discursivos nos casos dos novos líderes brasileiros, mas não no caso do líder mexicano.

Quanto aos valores de cultura política, os tradicionais aparecem nos enquadramentos discursivos de diversas lideranças situadas mais à direita no espectro político. Os valores tradicionais aparecem em destaque no conteúdo postado por Samuel García, dando destaque ao patriotismo e à religião. Os enquadramentos discursivos dos novos líderes também se dedicam a mostrar casos de violência, com destaque para Joyce Hasselmann (8%), falando sobre violência policial, e Samuel García (5%) sobre violência nas mídias sociais digitais.

As denúncias contra representantes políticos, movimentos sociais, líderes na ciência e jornalistas também assumem um espaço de destaque nesse contexto de crise de representação. Samuel García é o que mais ataca representantes políticos (11%). Kim Katagui e Joice Hasselmann também diferem ataques a movimentos sociais, líderes da ciência e da academia e a jornalistas.

Embora com enquadramentos discursivos contrários aos partidos tradicionais, algumas lideranças políticas digitais se filiam a estes, seja pela falta de possibilidade de candidaturas independentes, como no caso do Brasil, seja pelo próprio desenho institucional, que permite maior ascensão aos partidários, como no caso do México. E, embora essas lideranças políticas digitais emergam com discursos contra os partidos políticos, são comuns as pretensões e o ativismo na criação de novos partidos, como nos casos de Kim Katagui, engajado na criação de um partido resultante do Movimento Brasil Livre. A imagem das forças políticas desses líderes digitais não está associada aos velhos partidos (ainda que sejam filiados a eles), mas às lideranças políticas tradicionais, de alcance nacional, que incorporaram o discurso antissistema, como é caso da vinculação das lideranças políticas digitais da nova direita no Brasil a Jair Bolsonaro.

Isso indica que, quando eleitos, a prática da representação por esses líderes políticos digitais tende a permanecer com discursos antissistema, pois eles precisam manter a interação e a legitimidade performativa ante o público de seguidores. E, na prática representativa, tendem a ser representantes personalistas, realizando estratégias como doar uma parte ou todo o salário para instituições de caridade, como fizeram Kim Katagui, no Brasil, e Samuel García, no México, ou, ainda, a promoção de encenações nos espaços de poder. Kim Katagui e Joice Hasselmann costumam gravar vídeos e fazer transmissões ao vivo dentro das instituições legislativas para mostrarem “erros” ou exporem “escândalos políticos”. Outra prática comum é a visita a obras e espaços públicos abandonados pela

administração pública, mostrando possíveis desvios ou casos de corrupção. Samuel García também adota essas práticas de denunciismo, mas é mais contido do que os novos líderes da nova direita brasileira.

Nos casos analisados, percebemos a manutenção dos discursos antissistema e do comportamento antipartido centralizados em um inimigo comum. Os líderes políticos digitais da nova direita brasileira canalizaram no PT e na esquerda o inimigo a ser combatido, e isso continua sendo pauta para alcançar os mais altos picos de interação. Samuel García canaliza seu discurso antissistema no Morena, a nível nacional, e no governador de Nuevo León. Retomaremos esse ponto analisando a interação nas páginas das lideranças políticas digitais.

Quadro 1 – Padrões de enquadramentos e interação nas páginas de líderes políticos digitais no Facebook no Brasil e México em 2020

Categoria	Subcategoria	Joice Hasselman	Kim Kataguiri	Samuel Garcia
Perfil de uso das mídias sociais	Mídia principal	Facebook	Facebook	Facebook
	Qtde posts/dia	7,4	12	8
	Material principal	Vídeos	Imagens	Imagens
Enquadramentos discursivos	Posição política apresentada	Direita	Direita	Centro (centro-direita)
	Inimigo	Esquerda, corrupção, violência	Esquerda, a concentração de poder do Estado, a corrupção	Violência, o governo federal mexicano, governo estadual e a corrupção
	Posição sobre os partidos políticos	Contra os partidos de esquerda	Contra os partidos de esquerda	Contra os maiores partidos
	Mobilizações	Apenas nas mídias digitais	Apenas nas mídias digitais	Apenas nas mídias digitais
	Posição sobre a democracia	Ambivalente	Democrático	Democrático
Interação	Pico de interação	129.417	44.558	11.000
	Material de maior interação	Vídeo	Imagem	Imagem
	Conteúdo de maior interação	Prisão em segunda instância/Lula /corrupção	Imagem padrão do MBL com a frase: “O PT não ganhou em nenhuma capital brasileira”, e Kim escreveu: “Vitória do Brasil!”	Café na casa de uma família pobre, visita com entrega de kits de material de construção
	Tipo de maior interação	Compartilhamento	Like	Like
	Razão da maior interação	Compartilhamento por influenciadores digitais e lideranças	Reforço de um discurso que já perdura desde 2013 e que é pauta de unificação da direita	Samuel García em meio a pessoas pobres

Fonte: Elaboração nossa a partir de dados coletados entre outubro e dezembro de 2020.

A categoria “perfil de uso das mídias sociais” tem a função de demonstrar que as diferentes mídias sociais promovem incentivos e limitações e que por isso há padrões de uso de determinados materiais dentre o leque de opções oferecidas pelas mídias sociais digitais. Por exemplo, apenas no Twitter há liderança política digital utilizando texto, e no Facebook é quase um padrão o uso de imagens, ficando em segundo plano o uso de links e vídeos. Por outro lado, no YouTube há apenas a opção de vídeos, cabendo ao perfil decidir o padrão dos vídeos a serem utilizados (duração, ambientes, tom de voz etc.). É fundamental observar nessa categoria a dominância do Facebook como a mídia digital com o maior interação e visibilidade dentre aquelas utilizadas por cada liderança política digital. Esse fato se explica pelo fato de o Facebook ser a mídia social digital com maior número de usuários nos três países, casos desta pesquisa.

Outro aspecto importante é a variação no perfil de uso de cada líder político digital. Um aspecto analisado a seguir é como esse padrão de uso pelas lideranças políticas digitais ou suas equipes influencia na interação nas páginas pesquisadas. Há, assim, elementos que possibilitam maior alcance estratégico com o uso de determinadas mídias ou de determinados materiais ou recursos das mídias sociais digitais.

A segunda categoria apresentada no Quadro 1 resume os enquadramentos discursivos presentes na página de cada liderança política digital. Esta categoria contém traços importantes para a presente análise, pois contribui com a verificação da existência de padrões de perfis discursivos ou enquadramentos facilitados pelas mídias sociais digitais. E, analisada junto à categoria “interação”, é possível verificar se há relação entre os enquadramentos discursivos, os valores de cultura política e a crise de representação, conforme norteia uma das perguntas deste trabalho.

Todas as lideranças políticas digitais analisadas se apresentam como de direita. Aqui, as narrativas são diferentes. Enquanto as lideranças políticas digitais de direita no Brasil reproduzem o enquadramento discursivo de que o país foi historicamente governado pelas ideologias de esquerda ou de centro, associada aos interesses da esquerda, no caso do México os partidos tradicionais são associados à polarização “esquerda × direita”, fazendo com que a liderança política digital estudada não assuma essa posição firme de identificação ideológica, embora a expresse em suas práticas e projetos políticos.

Através da análise do conteúdo postado pelas lideranças políticas digitais, foi possível identificar alguns “inimigos” recorrentes nos discursos da página. O caso mais comum é o caso da “corrupção”, quase unanimidade em todas as páginas analisadas. Conforme La Puente (2016) e Telles (2018), por meio de uma análise das opiniões atreladas aos valores de cultura política é possível compreender que a percepção da corrupção afeta diretamente a opinião pública, pois abre espaço para a desconfiança nas instituições e até mesmo a desconfiança na democracia. Dessa forma, é compreensível que esse tema tenha sido retroalimentado como um elemento de interação nas mídias sociais, como podemos perceber nos protestos ocorridos nos dois países a partir do ano de 2013, onde o tema da corrupção se tornou aglutinador de um conjunto de pautas políticas que deram visibilidade a novas lideranças como Kim Kataguirí, Joice Hasselmann e Samuel García.

Outro elemento aglutinador é a percepção de aumento da violência, que precisa ser combatida com maior poder policial, conforme presente nos enquadramentos discursivos dados pelos líderes políticos digitais mais à direita, como Joice Hasselmann e Samuel García. Conforme La Puente (2016) e Telles (2018), a percepção da corrupção e da violência fazem com que os cidadãos se sintam vulneráveis e aceitem maiores concessões a candidaturas antidemocráticas, colocando em risco a democracia.

Outro elemento que afeta a descrença nas instituições e na democracia é a sensação de impotência diante de uma elite governante que não é afetada pelas posições do eleitorado, gerando, assim, sentimentos antipartidários reativos, desconfiança generalizada e perda de interesse pelas práticas democráticas, agravando a conjuntura de fragilidade democrática. (Castells, 2018; La Puente, 2016; Mair, 2015; Telles, 2018). É no fortalecimento deste enquadramento discursivo que tem trabalhado a rede da nova direita no Brasil (Penteado; Lerner, 2018).

Nesta pesquisa foi possível detectar discursos de ataques às instituições em perfis de diversas lideranças políticas digitais, como no caso de Joice Hasselmann e Kim Kataguirí. Esse tipo de enquadramento discursivo, muito presente na nova direita brasileira, aproveita-se da conjuntura de fragilidade na legitimidade da democracia e da representação política e, ao politizar essa questão de maneira auto interessada, ataca de maneira ainda mais incisiva a legitimidade das instituições e da democracia representativa.

Dessa forma, há um paradoxo: as lideranças políticas promovem um discurso antipolítica. Em distintos contextos históricos o mesmo sentimento antipolítica já foi predominante, e isso levou a muitos casos de vitória de lideranças carismáticas e antissistema (Mair, 2015; Panebianco, 1996;

Telles; Mundim; Baptista, 2020). Como essas lideranças produzem esse enquadramento discursivo de forma que isso não atinja a sua própria imagem? As lideranças políticas digitais têm um inimigo em comum: os velhos partidos e as velhas elites políticas. Conforme descrito na primeira parte deste trabalho, essa característica permanece desde os protestos antissistema que tomaram as ruas do Brasil e México na última década. Porém há um enquadramento dado nessa narrativa discursiva, que se refere a quem são as elites políticas a serem expurgadas do sistema.

As lideranças políticas digitais da nova direita no Brasil contribuíram com a eleição de Bolsonaro, tornando-o liderança política digital, mesmo sendo ele um político tradicional, das velhas elites políticas. O mesmo ocorre no México com Andrés Manuel Lopez Obrador, liderança antiga do PRI e do PRD, antes de fundar o Morena, partido insurgente com o qual se apresentou e enquadrou sua imagem como liderança política digital, apoiado por lideranças políticas digitais como Pedro Kumamoto.⁴

A construção dessas narrativas enquadra inimigos bem específicos. Os protestos anticorrupção no Brasil atacaram principalmente os partidos de esquerda, especialmente a imagem do PT, bem como há um enquadramento da esquerda, dos partidos de esquerda e de qualquer elemento que possa ser apresentado como parte do repertório de esquerda como se fossem elementos do “monstro gigante” que assola e destrói o país, como é relatado especialmente nos conteúdos produzidos por Joice Hasselmann e Kim Kataguirí.

As narrativas sobre as mobilizações também são retomadas retoricamente no discurso destes agentes como ponto inicial do processo de transformação e de “limpeza do país”, bem como do papel pessoal dessas novas lideranças nestes protestos. Isso ocorre, no Brasil, especialmente nos perfis de Joice Hasselmann e Kim Kataguirí.

É característica também a presença do personalismo político nesses discursos, em que os líderes políticos digitais se apresentam enquanto agentes dessa transformação. Embora em alguns momentos apareçam referências aos coletivos, como o MBL ou aos movimentos estudantis e pelas candidaturas independentes, como no caso mexicano, as figuras das lideranças políticas tradicionais e digitais predominam nesses discursos.

⁴ Caso não estudado nesse artigo, por não exercer mandato no período pesquisado. Sobre Kumamoto, ver Silva (2021), e sobre a estratégia personalista de Andrés Manuel Lopez Obrador, ver Silva (2020).

O último aspecto dos enquadramentos a ser analisado é o quanto os discursos dessas novas lideranças são democráticos. Embora todas as lideranças políticas digitais enquadrem seus discursos com a narrativa de estarem falando em nome da democracia, é possível, a partir de uma análise de conteúdo, classificar os seus posicionamentos em uma escala entre mais e menos democrático. Para isso, utiliza-se o padrão de mensuração da adesão à democracia do Latinobarómetro de forma adaptada. O questionário do Latinobarómetro pergunta:

Com qual das seguintes frases você está mais de acordo:

- a) A democracia é preferível a qualquer outra forma de governo;
- b) Em algumas circunstâncias um governo democrático pode ser preferível;
- c) Para pessoas como eu, tanto faz um regime democrático ou não democrático (Latinobarómetro, 2018).

Considerando os discursos sobre a democracia existentes nas páginas das lideranças políticas digitais pesquisadas nesta tese, foi possível classificar cada um desses perfis com base nas opções do Latinobarómetro. Os líderes políticos digitais que se posicionaram contra opções de governo autoritárias foram classificados como “democráticos”. As novas lideranças que se posicionaram em dubiedade sobre a democracia, ou não se manifestaram contra opções de governo autoritárias, nem contestaram manifestações antidemocráticas, foram classificadas como “ambivalentes”. Por fim, as novas lideranças que se posicionaram favoravelmente à possibilidade de um regime autoritário foram classificadas como “autoritárias”.

A partir dessa classificação, encontrou-se um caso de nova liderança declaradamente posicionadas e enquadradas a favor de possibilidades de governos autoritários apenas no caso brasileiro. É também apenas no caso brasileiro que aparece uma liderança com posicionamentos ambivalentes em relação à democracia.

É principalmente baseado no uso de enquadramentos discursivos com conteúdos que reverberam elementos da crise de representação e os valores tradicionais de cultura política que esses novos líderes conseguiram emergir e conseguem se manter.

Considerações finais

Este artigo analisou a presença dos discursos antipolítica e antissistema de três lideranças políticas digitais que emergiram no atual contexto de acirramento da crise de representação. A análise se centrou no período de outubro a dezembro de 2020, quando essas lideranças políticas digitais ocupavam mandatos em cargos legislativos.

Os temas de maior destaque nos personagens analisados perpassam por extremos posicionamentos, em todos os casos em narrativas que remetem a elementos da crise de representação política. O vídeo de maior destaque na página de Joice Hasselmann fala do projeto de lei de prisão em segunda instância, com foco direto na condenação do ex-presidente Lula, o qual a líder político digital denomina como “o maior corrupto do Brasil”. Na página de Kim Kataguirí, o post com a maior interação é uma imagem em comemoração ao fato de que o PT perdeu as eleições municipais em todas as capitais do Brasil.

Esses altos índices de interação nas páginas das lideranças políticas digitais no Brasil estão intimamente relacionados ao cenário de aprofundamento da crise representação política (Silva, 2021). Os posicionamentos políticos tornaram-se divisores de águas na atração e repulsão ante as páginas dos líderes mais influentes, pois, ao serem radicalizados, apostam num retorno em interação que também responde de forma radicalizada, formando uma turba altamente radicalizada e violenta, conforme apontado por Sunstein (2017). Um exemplo disso são os comentários nestes conteúdos, radicalmente extremados, não havendo nenhuma possibilidade de debate e trocas argumentativas e, ante à oposição aos argumentos, o tom das respostas tende a ser de “linchamento virtual”, com ataques direto às pessoas, por vezes reproduzindo as práticas de cancelamento.⁵

No caso mexicano, os posts de maior interação têm enquadramentos personalistas e populistas. Samuel García tem se esforçado para desenvolver uma imagem de alguém próximo do povo durante este período de pré-campanha eleitoral, enfrentando assim a pecha de riquinho, atribuída a ele por perfis de oposição nas mídias sociais. A imagem e o texto que descrevem Samuel García tomando

⁵ O cancelamento, também conhecido como cultura do cancelamento, ocorre quando se bloqueia, deixa de seguir ou interagir virtualmente com as páginas de uma pessoa que tem posições discordantes e aparentemente inconciliáveis com as suas. A prática do cancelamento por vezes se dá de maneira coletiva, mobilizada por divulgadores maiores e/ou menores, e pode ocorrer também em forma de “linchamentos virtuais”, quando falas ou conteúdos pontuais produzidos por uma pessoa são viralizados (altamente difundidos) com a intenção de construir na imagem da pessoa e no perfil uma pecha incorrigível.

café em uma casa simples, com uma família de baixa renda, buscam aproximar o líder político digital de uma figura gregária. Se avaliado pelo alcance desse post, sua estratégia tem tido êxito. Esse uso exacerbado do personalismo político é fruto também da ausência dos partidos enquanto garantidores do programa político, além de ser o ambiente em que a figura do candidato, ante a baixa legitimidade dos partidos, assume a condição de garantidor de que as promessas eleitorais serão cumpridas.

O tipo de interação mais comum em qualquer tipo de conteúdo nas mídias sociais é o like (curtida/gostei), exceto no YouTube, onde o número de visualizações costuma ser bem maior do que o número de outras reações de interação (gostei/não gostei, comentários e compartilhamentos). Porém, além deste padrão, o tipo de interação também pode estar relacionado ao tipo de rede desenvolvida a partir da página da liderança político digital. No caso dos posts com maior interação analisados nas páginas de Joice Hasselmann, denota-se que a predominância do compartilhamento sobre o número de outras formas de interação está atrelada ao compartilhamento em rede feito por outras lideranças políticas e influenciadores digitais de grande alcance, tornando possível um compartilhamento “viral” do vídeo. Em todos os casos do Brasil, a alta interação em forma de likes está relacionada à reiteração de discursos polarizantes, a qual aponta o que pensa diferente como inimigo: o funcionalismo público e os políticos, no caso da Previdência; Lula e a esquerda, no caso da prisão em segunda instância; a cultura de esquerda, da qual Bolsonaro aparece como o grande libertador, anunciado por um médico; a questão do estupro e do aborto; e a libertação do PT, o inimigo que perdeu em todas as prefeituras. No caso mexicano, aparece fortemente o personalismo na tentativa de formar em Samuel García a figura de alguém popular, simples e acessível ao povo. Dessa forma, a análise dos enquadramentos discursivos das lideranças políticas digitais e do perfil da interação dado pelos seguidores dessas páginas demonstram que há uma relação entre a oferta de conteúdos e seus formatos a partir das páginas e a interação resultante.

Nos casos analisados, percebemos que a maioria dos novos líderes demonstram alto grau de eficiência na articulação do perfil das mídias sociais digitais com base nas *affordances*, por meio de uma seleção criteriosa do material publicado e principalmente do conteúdo, que é estrategicamente produzido e publicizado, reiterando as narrativas com base na conjuntura de crise de representação.

Também os conteúdos reiteram a desconfiança, a indignação previamente existente e as reforça, o que coaduna o acirramento da crise de representação. Também são estrategicamente utilizados recursos de uso personalista nas mídias sociais. Por fim, é possível constatar que estas estratégias têm rendido altos índices de interação do público seguidor nas páginas dessas lideranças políticas digitais,

porém não sabemos se essa visibilidade dos líderes políticos digitais foi previamente programada, planejada e executada por corporações e patrocinada em mídias sociais digitais.

Tratamos, contudo, de apenas três casos, todos no Legislativo, e em apenas dois países. A mudança do cargo para Executivo afetaria? Em outros países da América Latina, o comportamento dos líderes políticos digitais é o mesmo? Essas são questões para os próximos trabalhos.

Referências

ALMEIDA, Helga N. *Representantes, representados e mídias sociais: mapeando mecanismos de agendamento informacional*. 2017. 396 f. Tese (Doutorado em Ciência Política) – Programa de Pós-Graduação em Ciência Política, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2017.

ALVES, Marcelo Santos. *#VaipraCuba: a gênese das redes de direita no Facebook*. Curitiba: Appris, 2019.

ARAGÓN FALOMIR, Jaime Arturo; FERNANDES DE LARA GAITÁN, Alfredo Edmundo; LUCA, Juan Bautista. Las elecciones de 2018 en México y el triunfo del Movimiento de Regeneración Nacional (Morena). *Estudios Políticos*, Medellín, n. 54, jan./abr. 2019. DOI: 10.17533/udea.espo.n54a14.

ARAÚJO, Rafael de P. A.; PENTEADO, Cláudio Luis C.; SANTOS, Marcelo B. P. Democracia digital e experiências de e-participação: webativismo e políticas públicas. *História, Ciências e Saúde: Manguinhos*, Rio de Janeiro, v. 22, supl., p. 1597-1619, 2015. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/hcsm/v22s0/0104-5970-hcsm-22-s1-1597.pdf>. Acesso em: fev. 2021.

BAQUERO, Marcello. *A vulnerabilidade dos partidos e a crise da democracia na América Latina*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2000.

BAQUERO, Marcello. Populismo e neopopulismo na América Latina: o seu legado nos partidos e na cultura política. *Sociedade e Cultura*, v. 13, n. 2, p. 181-192, 2010. DOI: 10.5216/sec.v13i2.13421.

CAIANI, Manuela; PARENTI, Linda. The Spanish Extreme Right and the Internet. *Análise Social*, Lisboa, v. 46, n. 201, p. 719-740, 2011.

CALVO, Kerman; GÓMEZ-PASTRANA, Teresa; MENA, Luis. Movimiento 15M: ¿Quiénes son y qué reivindican? *Zoom Político*, [S. l.], n. 4, p. 4-17, 2011.

CASTELLS, Manuel. *Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet*. Rio de Janeiro: Zahar, 2013. 271 p.

CASTELLS, Manuel. *Ruptura: a crise da democracia liberal*. Rio de Janeiro: Zahar, 2018. E-book.

CHERESKY, Izidoro. *El nuevo rostro de la democracia*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2015.

DALTON, Russell; MCALLISTER, Ian; WATTENBERG, Martin. Democracia e identificação partidária nas sociedades industriais avançadas. *Análise Social*, v. 38, n. 167, p. 295-320, 2003.

DALTON, Russell; WATTENBERG, Martin. *Parties without Partisans: Political Change in Advanced Industrial Democracies*. New York: Oxford University Press, 2000.

ERYSZEWICZ, Leandro. ¿Qué liderazgo para América Latina? *Visioni LatinoAmericane*, Trieste, n. 15, p. 32-49, 2006.

GUERRERO, Manuel Alejandro; LUENGAS, Monica. Communities: The Mexican Movement #Yosoy132 as an Example of Prodiences' Public Engagement. In: SHUMOV, Moses (ed.). *Mediated Communities: Civic Voices, Empowerment and Belonging in the Digital Era*. New York: Peter Lang, 2014.

IASULAITIS, Sylvia. *Internet e campanhas eleitorais: experiências interativas nas cibercampanhas presidenciais do Cone Sul*. 2012. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Ciência Política, Centro de Educação em Ciências Humanas, Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2012.

INNERARITY, Daniel. *La política en tiempos de indignación*. Barcelona: Galaxia Gutenberg, 2015.

KATZ, Richard; MAIR, Peter. La Transformation des modèles d'organisation et de démocratie dans les partis: l'émergence du parti cartel. In: AUCANTE, Yohann; DEZE, Alexandre. (coords.). *Lés Systèmes de partis dans les démocraties occidentales: le modèle du parti-cartel en question*. Paris: Science Po; Les Press, 2008. 454 p.

KIRCHHEIMER, Otto. A transformação dos sistemas partidários da Europa Ocidental. *Revista Brasileira de Ciência Política*, Brasília, DF, n. 7, p. 349-385, jan./abr. 2012.

LATINOBARÓMETRO. Bases de dados do Latinobarómetro: série histórica 1995-2018. *Latinobarómetro*, Santiago. Disponível em: <https://www.latinobarometro.org>. Acesso em: mar. 2021.

LA PUENTE, Victor. *La corrupción en España: un paseo por el lado oscuro de la democracia y el gobierno*. Madrid: Alianza, 2016.

MAIR, Peter. *Gobernando el vacío: la banalización de la democracia occidental*. Madrid: Alianza, 2015.

MANIN, Bernard. As metamorfoses do governo representativo. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, São Paulo, ano 10, n. 29, p. 5-34, 1995.

MENDONÇA, Ricardo Fabrino; SIMÕES, Paula. Enquadramento: diferentes operacionalizações analíticas de um conceito. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, São Paulo, v. 27, p. 187-235, 2012.

MIGUEL, Luis Felipe. Capital político e carreira eleitoral: algumas variáveis na eleição para o Congresso brasileiro. *Revista Sociologia & Política*, Curitiba, n. 20, p. 115-134, 2003. DOI: 10.1590/S0104-44782003000100010.

MOISÉS, José Álvaro. Cultura política, instituições e democracia: lições da experiência brasileira. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, São Paulo, v. 23, n. 66, p. 11-43, 2008. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/rbcsoc/v23n66/02.pdf>. Acesso em: fev. 2021.

MORENO, Alejandro. *El cambio electoral: votantes, encuestas y democracia en México*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica, 2018.

NORRIS, Pippa (ed.). *Critical Citizens: Global Support for Democratic Government*. New Jersey: Oxford University Press, 1999.

PANEBIANCO, Angelo. Evitar a política? *Novos Estudos Cebrap*, São Paulo, n. 45, p. 51-57, 1996.

PATEMAN, Carole. *Participação e teoria democrática*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

PENTEADO, Claudio Luis C.; LERNER, Celina A direita na rede: mobilização online no impeachment de Dilma Rousseff. *Em Debate*, Belo Horizonte, v. 10, n. 1, p. 12-24, 2018.

PENTEADO, Claudio Luis; LOPES, Nayla; SILVA, Regina Helena. Campanhas on-line e suas repercussões: os usuários influentes do Twitter nas eleições 2012. In: TELLES, Helcimara; LAVAREDA, Antonio (org.). *A lógica das eleições municipais*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2016. 420 p.

PITKIN, Hanna. O conceito de representação. In: CARDOSO, F. H., MARTINS, C. E. (org.). *Política e sociedade*. São Paulo: Editora Nacional, 1983. p. 8-22.

POPKIN, Samuel L. *The Reasoning Voter: Communication and Persuasion in Presidential Campaigns*. Chicago: The University Chicago Press, 1994.

QUESADA, Gina Sibaja. Personalización/personificación de la política. In.: CRESPO, Ismael; D'ADAMO, Orlando; GARCIA, Virginia; MORA, Alberto (coord.). *Diccionario enciclopédico de comunicación política*. Madrid: ALICE; Centro de Estudios Políticos y Constitucionales, 2016. p. 302-306.

RESCATEMOS Nuevo León invita a partidos políticos. *Reporte Índigo*, Ciudad de México, 21 jul. 2014. Disponível em: <https://www.reporteindigo.com/reporte/rescatemos-nuevo-leon-invita-partidos-politicos/>. Acesso em: 5 out. 2023.

RICO, Guillem. *Líderes políticos, Opinión pública y comportamiento electoral en España*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas, 2009.

RUIZ, Letícia. Oferta partidista y comportamiento electoral en América Latina. In: TELLES, Helcimara S.; MORENO, Alejandro (coord.). *El votante latinoamericano: comportamiento electoral y comunicación política*. Ciudad de México: Centro de Estudios Sociales y Opinión Pública; Cámara de Diputados (LXIII Legislatura), 2015.

SILVA, Joscimar S. Partidismos y personalismo como indicadores para comprender la crisis de representación en nuevas democracias: un aporte al caso de elecciones mexicanas 2018. *Agenda Política*, São Carlos, v. 8, n. 1, p. 202-221, 2020.

SILVA, Joscimar S. Valores e crise de representação na América Latina: podemos antever um personalismo político. *Cadernos de Campo: Revista de Ciências Sociais*, [S. l.], v. 1, n. 25, p. 269-287, 2018. Disponível em: <http://oaji.net/articles/2020/4826-1589543313.pdf>. Acesso em: fev. 2021.

SILVA, Joscimar S. *Surfando na crise de representação e nos valores: lideranças políticas emergentes e mídias sociais digitais na América Latina*. 2021. Tese (Doutorado em Ciência Política) – Programa de Pós-Graduação em Ciência Política, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2021.

SILVA, Joscimar S. Desconfiados, conectados e indignados: crise de representação e mídias digitais no Brasil, México e Peru. *Revista Debates*, Porto Alegre, v. 16, n. 1, p. 65-95, jan./abr. 2022.

SILVEIRA, Flávio Eduardo. Escolha intuitiva: nova modalidade de decisão do voto. *Opinião Pública*, Campinas, v. 2, n. 2, p. 95-116, 1994.

SUNSTEIN, Cass R. *#republic: Divided Democracy in the Age of Social Media*. Princeton: Princeton University Press, 2017. 309 p.

TELLES, Helcimara S. A crise política na ausência de política. *Em Debate*, Belo Horizonte, v. 8, n. 2, p. 17-26, 2016.

TELLES, Helcimara de S.; MUNDIM, Pedro S.; BAPTISTA, Érica Anita. Não quero ser político, quero ser prefeito: navegando nas ondas da antipolítica e do antipetismo em Belo Horizonte. In: TELLES, Helcimara de S.; LAVAREDA, Antônio (org.). *Eleições municipais: novas ondas na política*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2020. v. 1, p. 103-142.

TELLES, Helcimara S. Democracia de democratas insatisfeitos e a emergência dos *alternative-rights*. *Em Debate*, Belo Horizonte, v. 10, n. 1, p. 25-30, 2018.

TORCAL, Mariano, MONTEIRO, José Ramon; GUNTHER, Richard. Ciudadanos y partidos en el sur de Europa: los sentimientos antipartidistas. *Reis: Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, Logroño, n. 101, p. 9-48, 2003.

TORCAL, Mariano; MONTEIRO, José Ramon. Political disaffection in comparative perspective. *In: Political Disaffection in Contemporary Democracy: Social Capital, Institutions and Politics*. New York: Routledge, 2006. p. 3-20.

WEBER, Max. *Ensaaios de sociologia*. Rio de Janeiro: LTC, 1982.

Nota

Esse artigo é parte da tese vencedora do Prêmio Compolítica 2023.

Sobre o autor

Professor Adjunto no Instituto de Ciência Política (IPOL) da Universidade de Brasília (UnB). Possui graduação em Ciências Sociais pela Universidade Federal de Goiás (UFG), mestrado em Ciência Política pela Universidade Federal de São Carlos (UFSCar) e doutorado em Ciência Política pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG).

Data de submissão: 28/07/2023

Data de aprovação: 25/09/2023