



Universidade de Brasília
Faculdade de Comunicação
Comunicação Organizacional

MARIA EDUARDA GOMES DE SOUZA

#TenhaCoragemAlemanha:
Uma análise dos discursos do partido de direita radical AfD no
Twitter

Brasília
2020

Universidade de Brasília
Faculdade de Comunicação
Comunicação Organizacional

MARIA EDUARDA GOMES DE SOUZA

**#TenhaCoragemAlemanha:
Uma análise dos discursos do partido de direita radical AfD no
Twitter**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social, habilitação em Comunicação Organizacional.
Orientador: Prof. Dr. Felipe da Silva Polydoro.

Brasília
2020

MARIA EDUARDA GOMES DE SOUZA

#TenhaCoragemAlemanha:
Uma análise dos discursos do partido de direita radical AfD no
Twitter

Apresentado em 16 de dezembro de 2020

BANCA EXAMINADORA

Professor Doutor Felipe da Silva Polydoro (Orientador)

Professor Doutor Sivaldo Pereira da Silva

Professora Doutora Tatiana Lionço

Mestre Marcos Francisco Urupá Moraes de Lima (suplente)

*Nós vos pedimos com insistência:
Nunca digam - Isso é natural!
Diante dos acontecimentos de cada dia,
Numa época em que corre o sangue
Em que o arbitrário tem força de lei,
Em que a humanidade se desumaniza
Não digam nunca: Isso é natural
A fim de que nada passe por imutável.*

Bertold Brecht

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente à minha esposa, não só pelo apoio emocional sem o qual este trabalho não existiria, mas também pela imensa ajuda com essa língua louca que é o alemão. *Ich liebe dich.*

À minha mãe, a quem devo o amor pela Academia e pelo conhecimento. Obrigada não só por me ensinar tanto, mas também por sempre se permitir aprender tanto. Tenho muito orgulho de ter você como exemplo nessa e em todas as vidas pelas quais passamos juntas.

Ao meu pai, pelo incentivo constante (ainda que às vezes meio bruto) para que eu seja sempre a melhor versão de mim mesma. Obrigada por ter aprendido a me aceitar do jeito que eu sou.

À minha irmã, que todos os dias me enche de esperança na juventude. Consciente, sábia e correta desde tão cedo. Sigo ansiosa para ver tudo isso se transformar em militância daqui a alguns anos.

Ao meu avô (*in memoriam*) por ter reconhecido meu amor pela comunicação e pela escrita antes de mim mesma. Gostaria muito que você pudesse ver o resultado desse trabalho árduo, mas cheio da paixão intelectual que você incentivou por tantos anos.

À minha avó, “minha mãe duas vezes”. Seu amor e apoio são partes essenciais de quem me tornei. Apesar da saudade, já te disse que te trago sempre pertinho de mim, no coração.

Ao meu irmão de alma, Lucas Formigari, por todo o apoio e amor. Obrigada por confiar em mim em momentos em que eu mesma não conseguia, mas principalmente obrigada por ser você, do jeitinho que você é.

À toda equipe da Faculdade de Comunicação, que fez com que a jornada da graduação fosse leve e inspiradora. Obrigada pela paciência, compreensão e auxílio.

Ao meu orientador, Felipe Polydoro, que topou o desafio de abordar um tema tão complexo junto comigo. Muito obrigada por me acompanhar nessa trajetória.

Por fim, agradeço a todos que lutaram e seguem lutando por uma Universidade livre, política e pensante. Em momentos tão obscuros, fica cada vez mais claro que apenas o conhecimento e a luta podem nos libertar.

RESUMO

O populismo de direita radical vem se espalhando de maneira consistente ao redor do mundo. Na Alemanha, as eleições de 2017 levaram ao parlamento o primeiro partido extremista de direita desde o fim da Segunda Guerra Mundial, com uma campanha fortemente focada no uso das redes sociais. Neste contexto, este estudo traz a Análise do Discurso de 20 *tweets* publicados pelo partido *Alternative für Deutschland* durante o mês que antecedeu sua eleição. O objetivo da pesquisa é compreender os principais temas e características presentes no discurso midiático desse partido que se tornou um dos principais representantes do sucesso de populistas radicais de direita dentre as democracias ocidentais no século XXI. Dessa forma, ao trazer o estudo do contexto alemão para a Academia brasileira, busca-se ampliar a compreensão da ascensão de atores de ultra-direita como um fenômeno global. Os resultados observados na análise ressaltam a presença de forte retórica populista, o uso da política do medo e a presença de elementos derivados de discursos fascistas.

Palavras-chave: Direita Radical Populista; Afd; Análise do Discurso; *Twitter*; Comunicação Política.

ABSTRACT

The Populist Radical Right has been consistently spreading around the world. In Germany, the 2017 elections brought into the parliament the first right-wing extremist party since the end of World War II, with a campaign heavily focused on the use of social networks. In this context, this study conducts a Discourse Analysis of 20 tweets published by the party *Alternative für Deutschland* during the month before the election. The main goal of this research is to understand the main themes and characteristics that define the media discourse of this party that has become one of the main representatives of the success of right-wing radical populists among western democracies in the 21st century. Thus, when bringing the study of the German context to the Brazilian Academy, it seeks to broaden the understanding of the rise of far right actors as a global phenomenon. The results observed in the analysis highlights the presence of strong populist rhetoric, the use of the fear policy and the presence of elements derived from fascist discourses.

Key words: Populist Radical Right; Afd; Discourse Analysis; Twitter; Political Communications.

LISTA DE FIGURAS E GRÁFICO

FIGURA 1 — porcentagem dos votos recebidos pela AfD de acordo com o distrito eleitoral (reprodução de gráfico do The Guardian, 2017)	23
FIGURA 2 — divisão da Alemanha em duas repúblicas entre 1949 e 1990	24
GRÁFICO 1 — menções aos diferentes partidos alemães no dia das eleições de 2017	33
FIGURA 3 — exemplo de publicação desconsiderada na análise	38
FIGURA 4 — <i>tweet</i> publicado no dia 14 de setembro de 2017	40
FIGURA 5 — <i>tweet</i> publicado no dia 16 de setembro de 2017	41
FIGURA 6 — postagem no <i>Facebook</i> , à qual a figura 4 faz referência	42
FIGURA 7 — <i>tweet</i> publicado no dia 05 de setembro de 2017	44
FIGURA 8 — <i>tweet</i> publicado no dia 15 de setembro de 2017	45
FIGURA 9 — imagem completa do <i>tweet</i> da figura 6	46
FIGURA 10 — postagem no <i>Facebook</i> , à qual a figura 6 faz referência	47
FIGURA 11 — <i>tweet</i> publicado no dia 31 de agosto de 2017	48
FIGURA 12 — imagem de <i>tweet</i> publicado no dia 30 de agosto de 2017	49
FIGURA 13 — imagem de <i>tweet</i> publicado no dia 02 de setembro 2017	51
FIGURA 14 — <i>tweet</i> publicado no dia 03 de setembro de 2017	52
FIGURA 15 — imagem completa do <i>tweet</i> da figura 14	53
FIGURA 16 — <i>tweet</i> publicado no dia 05 de setembro de 2017	53
FIGURA 17 — <i>tweet</i> publicado no dia 20 de setembro de 2017	55
FIGURA 18 — imagem completa do <i>tweet</i> da figura 14	55
FIGURA 19 — imagem de <i>tweet</i> publicado no dia 20 de setembro de 2017	56
FIGURA 20 — imagem de <i>tweet</i> publicado no dia 11 de setembro de 2017	58
FIGURA 21 — imagem de <i>tweet</i> publicado no dia 12 de setembro de 2017	59
FIGURA 22 — imagem de <i>tweet</i> publicado no dia 28 de agosto de 2017	60
FIGURA 23 — <i>tweet</i> publicado no dia 11 de setembro de 2017	61
FIGURA 24 — imagem de <i>tweet</i> publicado no dia 13 de setembro de 2017	61
FIGURA 25 — <i>tweet</i> publicado no dia 18 de setembro de 2017	62
FIGURA 26 — imagem de <i>tweet</i> publicado no dia 10 de setembro de 2017	64
FIGURA 27 — <i>tweet</i> publicado no dia 03 de setembro de 2017	64
FIGURA 28 — imagem de <i>tweet</i> publicado no dia 28 de agosto de 2017.....	65

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	9
2. TERMINOLOGIA	11
2.1. Direita	11
2.2. Ultra-direita	12
2.3. Populismo	12
3. HISTÓRICO DA ULTRA-DIREITA	13
3.1. Nazismo	14
3.2. Pós-guerra	14
4. A DIREITA RADICAL ATUALMENTE	16
5. ALTERNATIVE FÜR DEUTSCHLAND (AFD)	20
5.1. Trajetória	20
5.2. As eleições de 2017	23
6. O PAPEL DAS MÍDIAS SOCIAIS NO SUCESSO DA DIREITA RADICAL POPULISTA	27
6.1. A Estratégia de Mídias Sociais da AfD	29
6.2. <i>Twitter</i>	31
7. METODOLOGIA	34
8. ANÁLISE E DISCUSSÃO	39
9. CONSIDERAÇÕES FINAIS	67
10. BIBLIOGRAFIA	72
ANEXO I — LISTA DE TWEETS RELEVANTES SOBRE O TEMA	84

1. INTRODUÇÃO

Eu acredito que a direita radical é apenas uma pequena minoria, mas ela ganha força com as confusões dentro do mundo do conservadorismo em relação ao caráter mutante da vida [...]. O que a direita como um todo teme é a erosão de sua própria posição social, o colapso de seu poder, a crescente incompreensibilidade de um mundo - agora esmagadoramente técnico e complexo - que mudou tão drasticamente ao longo de uma vida (BELL, 1964, s/p).

Embora assuste pela contemporaneidade da definição de direita radical, a citação acima data de 1964. Ao discorrer sobre a política norte-americana da década de 50, o autor também esbarra na modernidade ao dizer “hoje a política da direita radical é a política da frustração — a amarga impotência daqueles que se acham incapazes de compreender, quanto mais comandar, a complexa sociedade de massas que é a política hoje” (ibid.).

Ainda que boa parte da descrição de Bell ainda possa ser usada nos dias de hoje, um aspecto essencial da política de direita radical mudou desde então: já não se trata da minoria. Na data de produção deste trabalho, três dos países mais populosos do mundo são comandados por líderes populistas radicais de direita: Brasil, Índia e Estados Unidos (MUDDE, 2019), embora o presidente deste último tenha acabado de ser derrotado em eleições democráticas que insiste em contestar (ROSCOE, 2020). Trata-se do que Mudde (2019) define como a principal característica da ultra-direita no século XXI: sua normalização e aceitação dentro do sistema político. A partir disso, um dos objetivos específicos deste trabalho consiste em buscar na literatura conceitos que possam explicar o sucesso de populistas radicais de direita em diversos países, mas sobretudo na Alemanha.

No país marcado como berço do mais devastador movimento de ultra-direita, o nazismo, a popularização da direita radical é especialmente surpreendente. O partido populista radical de direita Alternativa para a Alemanha, AfD, fundado em 2013, obteve 12,6% dos votos nas eleições de 2017 e se tornou o primeiro novo partido a entrar no parlamento alemão, o *Bundestag*, desde os anos 1990 (ARZHEIMER; BERNING, 2019).

Além da integração de movimentos populistas de ultra-direita ao cenário político, o século XXI também traz consigo a emergência das mídias sociais. Estas novas plataformas digitais oferecem aos atores políticos modernos um “canal para se promoverem de forma ativa, pessoal e se comunicarem diretamente com seu eleitorado, além de fornecer aos

políticos acesso imediato e barato aos eleitores” (ERNST et al, 2017, p.1347). Para líderes populistas radicais de direita, a possibilidade de comunicação direta com o povo fez com que as mídias sociais se tornassem um elemento chave da comunicação política.

Na campanha da AfD na Alemanha não foi diferente. Para Serrano et. al. (2019), as mídias sociais exercem um papel tão importante na comunicação do partido que seu sucesso eleitoral em 2017 “não pode ser totalmente entendido sem levar em consideração sua presença online” (ibid. p. 215). Uma das plataformas mais utilizadas na estratégia digital do partido é o *Twitter*. A presença da *Alternative* na rede de *microblogs* foi um dos elementos que marcou a discussão sobre as eleições alemãs de 2017: mais de 50% do debate político na plataforma no dia do pleito estava relacionado à AfD (ibid.). Neste contexto, para o segundo objetivo específico deste estudo busca-se compreender elementos que caracterizam a estratégia de uso das redes sociais, sobretudo do *Twitter*, para a campanha da *Alternative*.

A partir disso, apresenta-se neste trabalho uma Análise do Discurso, segundo os critérios da vertente francesa, dos *tweets* publicados pela AfD durante o mês que antecedeu as eleições alemãs de 2017. Desta forma, a pergunta que guia esta pesquisa é: quais os principais temas e características presentes no discurso midiático deste partido que se tornou um dos principais representantes do sucesso de populistas radicais de direita dentre as democracias ocidentais no século XXI?

A justificativa para a escolha do tema se deu com base na percepção de que os estudos sobre populistas radicais de direita a partir de uma perspectiva da comunicação dentro da academia brasileira ainda são muito restritos aos casos americano (ver MENDES; MENDONÇA, 2020; CAETANO et al, 2017; e DELMAZO; VALENTE, 2018) e, evidentemente, brasileiro (ver CIOCCARI; PERSICHETTI, 2018; RIBEIRO; LASAITIS; GURGEL, 2016 e ALMEIDA, 2019). Dessa forma, ao trazer uma análise sobre o contexto alemão, espera-se contribuir para futuros estudos transnacionais sobre o tema e, assim,

ajudar a explicar melhor aspectos genéricos do populismo, ou seja, elementos que fazem parte do populismo em todos os contextos e, em segundo lugar, [...] lançar luz sobre as diferentes formas que o populismo assume em determinadas regiões do mundo” (MUDDE; KALTWASSER, 2011, p.1).

Para tornar mais claro o desenvolvimento da pesquisa, optou-se por dividir este trabalho em oito tópicos. No primeiro, terminologia, apresenta-se a definição de conceitos fundamentais para a compreensão deste estudo. São eles: direita, extrema-direita e populismo.

Em seguida, no tópico “Histórico da ultra-direita”, traz-se uma pequena contextualização sobre o desenvolvimento de movimentos extremistas de direita, com foco no contexto alemão.

A partir disso, no tópico “A direita radical atualmente” descreve-se a conjuntura do que Mudde (2019) chama de quarta onda da política de direita radical. Aqui, são apresentadas as características essenciais que definem a política de atores desse movimento ao redor do mundo, além de explicitar alguns dos fatores que contribuíram para seu sucesso eleitoral no século XXI.

Logo em seguida, no quinto tópico, expõe-se a trajetória da AfD desde sua fundação até o momento das eleições de 2017. No tópico seguinte, é abordada a importância das redes sociais para o sucesso de populistas radicais de direita, mais adiante focando na estratégia digital da *Alternative* em especial no *Twitter*, salientando números que evidenciam a força que o partido experimenta na plataforma.

Uma vez concluído o referencial teórico utilizado na pesquisa, explicita-se a metodologia adotada para a análise das publicações selecionadas, trazendo conceitos e aspectos essenciais para a aplicação e compreensão da Análise do Discurso francesa. Além disso, são explicitados a forma de obtenção do material estudado e os procedimentos adotados. Por fim, apresenta-se os resultados da Análise e propõe-se uma discussão sobre os temas observados.

2. TERMINOLOGIA

Alguns termos utilizados dentro das ciências sociais podem gerar interpretações diversas. Sendo assim, apresenta-se aqui a definição de alguns conceitos essenciais para a compreensão deste trabalho.

2.1. Direita

Os termos “direita” e “esquerda” têm origem na Revolução Francesa (1789-1799), quando representantes a favor da monarquia se sentavam à direita do presidente do parlamento, enquanto os críticos ao regime do rei sentavam-se à esquerda. Desde então os termos passaram por diversas interpretações que variavam de acordo com o contexto em que estavam inseridos (MUDDE, 2019).

Neste trabalho, define-se a direita de acordo com a teoria do filósofo italiano Norberto Bobbio. Para ele, a esquerda considera as desigualdades entre indivíduos como um fenômeno social e, portanto, artificial que deve ser combatido por um Estado ativo e forte. A direita, por sua vez, é essencialmente anti-igualitária, tendo em vista que a enxerga como um fenômeno natural e positivo que não deve ser erradicado pelo Estado (BOBBIO, 1996).

2.2 Ultra-direita

Nesta monografia, a direita convencional, composta, por exemplo, por conservadores e liberais, exerce um papel secundário. O real protagonismo deste estudo está com a parte da direita caracterizada por Mudde (2019) como hostil à democracia, a chamada *far right*. Segundo o autor, esse grande grupo, chamado de “ultra-direita” em português, apresenta duas subdivisões: *extreme right* (“extrema direita”) e *radical right* (“direita radical”).

No que tange ao conceito em si, Mudde (2019) define a principal característica da extrema direita como a rejeição aos elementos essenciais da democracia, ou seja, soberania popular e poder da maioria. Dentro deste grupo, o principal exemplo é o nazismo, que será abordado no próximo tópico.

O personagem principal desse estudo, o partido “Alternativa para a Alemanha” (AfD), porém, é parte do subgrupo chamado de direita radical. Mudde explica que este grupo “aceita a essência da democracia, mas se opõe a elementos fundamentais da democracia liberal¹, mais notavelmente direitos das minorias, Estado de direito e separação de poderes” (2019, p.7).

2.3. Populismo

Populismo é uma das palavras mais frequentemente usadas para se falar de política no século XXI. Empregado para descrever desde presidentes latinoamericanos de esquerda até partidos europeus de direita, o termo acaba criando grande confusão em sua compreensão (MUDDE; KALTWASSER, 2017). A verdade é que, na realidade empírica, é realmente

¹ Aqui, é importante compreender a diferença entre democracia e democracia liberal. Mudde e Kaltwasser (2012) explicam que, enquanto a primeira é um sistema caracterizado apenas por “eleições livres e justas, soberania popular e maioria absoluta” (p. 13), a segunda possui as mesmas características da primeira, mas com o diferencial de garantir o direito constitucional de proteção às minorias. Isso porque, tratando-se de um sistema de governo baseado na igualdade política, qualquer tentativa da maioria de usurpar a minoria de seus direitos políticos básicos significaria uma violação do sistema em questão.

difícil estabelecer uma única definição para essa palavra tão cheia de significado. Isso acontece porque o fenômeno em si é descrito como “camaleão”, ou seja, o populismo pode mudar de face com o tempo e de acordo com o contexto específico em que se encontra, podendo ser influenciado por fatores como cultura, mídia, políticos e partidos (BERBUIR; LEWANDOWSKY; SIRI, 2015).

Diante da dificuldade de encontrar o consenso sobre a definição do termo, e cientes do papel central que o populismo exerce em debates políticos no mundo todo, Mudde e Kaltwasser (2017) buscaram uma descrição que seja válida independente do contexto em que o fenômeno ocorre. Assim, os dois autores definem populismo como uma ideologia “tênue” ou “fina”² que “considera a sociedade como fundamentalmente separada em dois campos homogêneos e antagônicos, ‘o povo puro’ versus ‘a elite corrupta’, e que argumenta que a política deve ser uma expressão da vontade geral do povo” (p.5).

Os autores Levitsky e Ziblatt, por sua vez, apresentam uma descrição do *modus operandi* de políticos populistas os quais, de acordo com eles, são frequentemente autoritários. Segundo os autores:

Populistas são políticos anti *establishment* - figuras afirmando representar a voz do povo, entram em guerra com o que descrevem como uma elite corrupta e conspiradora. Populistas tendem a negar a legitimidade dos partidos estabelecidos, atacando-os como antidemocráticos e mesmo antipatrióticos. Eles dizem aos eleitores que o sistema não é uma democracia de verdade, mas algo que foi sequestrado, corrompido ou fraudulentamente manipulado pela elite. E prometem sepultar essa elite e devolver o poder ao “povo”. (LEVITSKY; ZIBLATT, 2018, p.32)

3. HISTÓRICO DA ULTRA-DIREITA

Para se compreender exatamente a ultra-direita e seu papel na história, sobretudo da Alemanha, é essencial olhar para o passado e entender um pouco da trajetória deste movimento tão poderoso. Para facilitar a compreensão, o histórico do extremismo de direita será aqui dividido em dois tópicos diferentes: Nazismo e Pós-guerra.

² As palavras “tênue” e “fina” foram usadas como possíveis traduções para o termo em inglês “*thin centered*”, utilizado pelo autor para caracterizar a maleabilidade do populismo em se adaptar a outras ideologias. Assim, apesar de ser considerado como “ideologia”, é importante compreender que o populismo trata apenas de uma pequena parte da agenda política, sem, por exemplo, carregar consigo preferências políticas ou econômicas (MUDDE, 2017).

3.1. Nazismo

Em meio à complexa crise política e econômica que se instalara na Alemanha após a Primeira Grande Guerra, a população do país acabou majoritariamente cedendo a radicalismos que lhe prometiam futuros promissores. Assim, nas eleições de 1932, o partido nazista sob a liderança de Adolf Hitler conquistou 49,3% dos votos e se tornou o maior partido do parlamento alemão, o qual se tornou extremamente polarizado (SHIRER, 1991).

Hitler, por sua vez, só chegou ao poder depois de ser apoiado pelo *establishment*, que ansiava encontrar uma solução para a grande crise. Apesar de desprezá-lo, a elite política alemã acreditava poder controlar Adolf Hitler enquanto utilizava seu carisma e enorme apoio popular para tirar o país da crise (LEVITSKY; ZIBLATT, 2018). O que aconteceu, porém, não foi bem isso. Apenas um mês após assumir o poder, o novo líder totalitário culpa seus adversários políticos, os comunistas, por um suspeito incêndio no prédio do parlamento alemão e utiliza o fato para declarar o Partido Nacional-Socialista dos Trabalhadores Alemães como o único partido legítimo na Alemanha. Tinha então início um dos regimes políticos mais cruéis da história moderna (SHIRER, 1963).

O nazismo se consolidou como um regime totalitário (KERSHAW, 2004) marcado por três elementos centrais: a ideologia antissemita na qual os judeus (juntamente com os comunistas) eram usados como explicação para todos os tipos de problemas enfrentados pela sociedade alemã; a convicção racista de que a raça “ariana” (germânica) seria superior a todas as outras e que, por isso, teria direito a um *lebensraum* (espaço vital), ou seja, um grande espaço para exercer seu poder; e agressiva crença nacionalista que considerava o Estado mais importante que o indivíduo (VASEY, 2006). Assim, em 1939, sob a liderança de Hitler, a ideologia nazista causa a guerra mais destrutiva da história, deixando 40 milhões de pessoas mortas (KERSHAW, 2004).

3.2. Pós-guerra

O modelo proposto pelo cientista político Klaus von Beyme em 1988 oferece uma boa perspectiva do desenvolvimento do movimento extremista de direita no pós guerra. Beyme (1988) dividiu o histórico em três ondas que definem diferentes períodos da ultra-direita na Europa Ocidental a partir de 1945. As três ondas são:

a) Neo-Fascismo (1945 - 1955)

Logo após o fim da Segunda Guerra Mundial, a direita radical sofria com forte rejeição e, por isso, atuava à margem da sociedade. Embora descritos como “neo-fascistas”, os grupos radicais não possuíam características novas, já que eram formados sobretudo por antigos fascistas que permaneceram fiéis ao movimento e que se reuniam em organizações sociais que ofereciam apoio social para os “heróis” da causa. Aqueles que tentavam permanecer politicamente ativos enfrentavam hostilidade por parte da classe política e da sociedade como um todo, evitando participar de eleições ou, no caso dos mais insistentes, recebendo uma parcela quase irrelevante de votos (MUDDE, 2019).

b) Populismo de direita (1955-1980)

Na segunda onda, os grupos extremistas de direita passam a ser definidos principalmente pela oposição às elites do pós-guerra e não mais pela lealdade às ideologias derrotadas. Os partidos pertencentes à essa geração de direitistas surgem a partir da revolta contra as condições enfrentadas pelos países após o caos da guerra, principalmente no que diz respeito à “marginalização das periferias rurais e o desenvolvimento do Estado de bem-estar social³” (MUDDE, 2019, p.14). Além destes, porém, surge uma classe de partidos “híbridos”, ou seja, organizações formadas por ideias e membros tanto da nova direita radical quanto de antigos neo-fascistas. É o caso do Partido Nacional Democrata (NPD) da Alemanha, fundado em 1964 por antigos generais nazistas e existente até hoje.

c) Direita radical (1980-2000)

Para Mudde (2019), essa é a primeira onda significativa para a popularização da política radical de direita. Alimentados por pautas como desemprego e imigração em massa, partidos extremistas começam, aos poucos, a receber votos suficientes para entrar em parlamentos nacionais na Europa Ocidental. A queda da União Soviética em 1989, por sua

³ “Conceito de governo no qual o Estado desempenha um papel fundamental na proteção e promoção do bem-estar econômico e social dos cidadãos. Baseia-se nos princípios de igualdade de oportunidades, distribuição equitativa da riqueza e responsabilidade pública” (ENCYCLOPÆDIA BRITANNICA, 2015).

vez, ocasionou o surgimento de movimentos ultradireitistas em diversos países antes comunistas.

Até a virada do século, não só a ultra-direita estava fortalecida como também, e principalmente, um movimento específico dentro de seu espectro: a direita radical populista. Quase todos os partidos relevantes compartilhavam características em comum que já forneciam uma prévia do que estava por vir no século XXI: nativismo⁴, autoritarismo e, como o próprio nome já diz, populismo. Essas organizações não poupavam críticas a imigrantes e minorias enquanto se apresentavam como “a voz do povo que dizia o que o povo pensa” (MUDDE, 2019, p. 18).

4. A DIREITA RADICAL ATUALMENTE

A ultra-direita entrou em sua quarta onda durante o século XXI. Três “crises” foram essenciais para que ela prosperasse politicamente em diferentes democracias ocidentais: os ataques terroristas de 11 de setembro de 2001 (e os que vieram depois), a grande recessão econômica de 2008 e a “crise” dos refugiados em 2015, a qual será analisada no próximo tópico. A grande diferença dessa nova onda extremista para a onda de direita radical observada no final do século passado é a integração da ultra-direita, ou seja, um nível maior de normalização e aceitação do radicalismo de direita no cenário político (MUDDE, 2019).

De forma similar ao que ocorre na terceira fase da ultra-direita na Europa, os partidos populistas radicais de direita da quarta onda possuem (ao menos) três características em comum. A saber: populismo (já explicado no primeiro tópico deste trabalho), nativismo e autoritarismo (MUDDE, 2013).

a) Nativismo

Muis e Immerzeel (2017) descrevem o nativismo como o “denominador comum mais importante” (p. 910) entre os partidos populistas radicais de direita. Segundo os autores, o termo caracteriza uma noção etno-nacionalista de cidadania, ou seja, a ideia de que os Estados devem ser habitados exclusivamente por membros da nação (grupo nativo) e que elementos (pessoas e ideias) estrangeiros ameaçam a homogeneidade dos Estados-nação.

⁴ Este termo será explicado mais à frente quando as características da direita radical atual forem aprofundadas.

Baseando-se no nativismo, o grande objetivo dos populistas radicais de direita é estabelecer uma etnocracia em seus Estados, isto é, definir a etnia como requisito básico para a cidadania. Dessa forma, os radicais de direita da quarta onda buscam (re)criar um Estado monocultural, fechando as fronteiras para imigrantes e oferecendo a estrangeiros (e seus ancestrais) a escolha entre assimilação (tornar-se nativo) ou deportação. No cenário atual, a face mais poderosa do nativismo no Ocidente é a islamofobia, ou seja, a crença de que muçulmanos são hostis à democracia (MUDDE, 2019).

b) Autoritarismo

Embora normalmente associado a líderes e/ou partidos não democráticos (MUDDE, 2019), aqui o termo autoritarismo se refere à ênfase excessiva da lei e da ordem bem como de valores tradicionais (MUIS; IMMERZEEL, 2017). Segundo Cas Mudde, autoritários interpretam todas as problemáticas sociais como questões que só podem ser combatidas por meio de punições severas e prevenidas através da reintrodução dos valores morais e tradicionais na educação escolar. Para os adeptos do autoritarismo, duas das principais “problemáticas” que refletem o declínio da lei e da ordem são o vício em drogas e condutas sexuais que fogem à norma dos valores tradicionais (2019).

Baseando-se no estudo de Betz (1994), Berning (2017), por sua vez, traz uma definição que envolve o aspecto econômico que dá a esses partidos radicais o rótulo de “direita”. Segundo ele:

A família partidária é certamente heterogênea e [está] em evolução. No entanto, seguindo Betz (1994) “partidos populistas de radicais de direita são radicais em sua rejeição dos sistemas socioculturais e sociopolíticos estabelecidos e sua defesa da realização individual, um mercado livre e uma redução drástica do papel do Estado [...]. São de direita em primeiro lugar em sua rejeição da igualdade individual e social e dos projetos políticos que buscam alcançá-la; segundo, em sua oposição à integração social de grupos marginalizados; e terceiro em seu apelo à xenofobia, senão ao racismo [...] declarado. Eles são populistas em seu uso inescrupuloso e [na] instrumentalização de sentimentos públicos difusos de ansiedade e desencanto e seu apelo ao homem comum e seu senso comum alegadamente superior” (BETZ 1994, p. 4). A política econômica desses partidos mudou desde que Betz conceituou a extrema direita, e hoje, enquanto alguns ainda apoiam o mercado livre e pouco envolvimento do governo, [...] a economia [...] não é [mais] a questão central dos partidos populistas de direita radical (BERNING, 2017, p. 16, *tradução da autora*⁵).

⁵ Todas as demais traduções de obras em língua estrangeira são da autora.

Ao compreender as características em comum entre partidos populistas de direita radical ao redor do mundo, surge uma outra questão: o que explica o sucesso quase simultâneo de ideologias tão similares em partes do mundo tão diferentes? Afinal, líderes de ultra-direita democraticamente eleitos governam três dos maiores países do mundo: Jair Bolsonaro, no Brasil, Donald Trump, nos Estados Unidos, e Narendra Modi, na Índia (MUDDE, 2019). Além, é claro, do grande protagonista desse estudo, a AfD, que chocou a Alemanha ao se tornar o terceiro partido mais votado nas eleições de 2017 (LEES, 2018).

Tanto Berning (2017) quanto Muis e Immerzeel (2017) agrupam as explicações para o sucesso de partidos radicais de direita em dois grupos: oferta e demanda. As explicações com foco na demanda se concentram no eleitorado a nível individual, enquanto as que se voltam para a oferta abordam as chamadas estruturas de oportunidade política, que variam de acordo com o país. Muis e Immerzeel (2017) ressaltam, ainda, que ambas as abordagens devem ser compreendidas como complementares, e não como concorrentes.

Na literatura, dentre as abordagens voltadas para a demanda, uma delas se destaca, especialmente no contexto europeu: a teoria da ameaça de grupos étnicos, ou seja, o medo de consequências negativas devido à imigração. Tais “ameaças” étnicas surgem da suposta competição por recursos materiais considerados escassos, como emprego ou moradia; e por bens imateriais, como idioma ou religião (BERNING, 2017). Trata-se da “política do medo”, que “instrumentaliza algum tipo de minoria étnica / religiosa / política como bode expiatório para a maioria, senão todos os infortúnios atuais e, subsequentemente, interpretam o respectivo grupo como perigoso e uma ameaça” (WODAK, 2015, p. 2).

O que se observa na prática, porém, é que eleitores de partidos populistas radicais de direita tendem a justificar seu voto como protesto político ou simples preferência pelo liberalismo econômico. Não há, no entanto, evidências empíricas que comprovem essas motivações, uma vez que quando a “ameaça” étnica é “controlada”, nem o liberalismo econômico nem o protesto político afetam significativamente a preferência partidária pela ultra-direita populista (BERNING, 2017). Quando de fato existe um voto de protesto contra partidos tradicionais, isso ocorre porque tais instituições do *establishment* adotaram políticas de imigração e integração consideradas como ameaça à lei e a ordem (MUIS; IMMERZEEL, 2017).

Do lado das abordagens voltadas para a oferta, por sua vez, uma é essencial para compreender o cenário alemão: a teoria do “espaço político”. Este conceito se refere ao grau

em que os partidos tradicionais, principalmente os de direita moderada, ocupam o terreno eleitoral da direita radical. Em países em que os partidos estabelecidos seguem um curso moderado em favor dos "vencedores" da globalização, eles fornecem uma oportunidade para a criação de partidos que mobilizam os "perdedores". Dessa forma, se todos os partidos tradicionais (*establishment*) convergem em ideologia, surge uma lacuna no mercado eleitoral que tende a ser preenchida por novos partidos radicais (MUIS; IMMENZEEL, 2017).

A partir dos anos 1980, durante a terceira onda descrita por Beyme (MUDDE, 2019), partidos de direita radical começaram a conquistar um espaço político importante na maioria dos países da Europa Ocidental. A Alemanha, porém, permaneceu como exceção até as eleições de 2017, ainda que já houvesse a demanda por políticas radicais de direita (ARZHEIMER; BERNING, 2019). Isso não significa que não tenham existido partidos populistas de ultra-direita no país, mas sim que mesmo os mais bem sucedidos no pós-guerra — o Partido Democrático Nacional (NPD), o *Republikaner*, a União do Povo Alemão (DVU) e o Partido da Ofensiva pela Lei e Ordem (mais conhecido como “Partido de Schill”) (BERBUIR; LEWANDOWSKY; SIRI, 2015) — têm uma história parecida: ascensão repentina, radicalização e posterior decadência (ART, 2018).

Arzheimer e Berning (2019) apontam os motivos para a longa ausência de populistas de direita radical de sucesso no contexto eleitoral alemão:

Primeiro, os partidos na extremidade do espectro esquerda-direita permaneceram ideologicamente vinculados ao legado do nacional-socialismo, o que os tornou inelegíveis e cada vez mais irrelevantes para muitos eleitores em potencial. E segundo, por causa de sua associação com o nacional-socialismo e a estigmatização resultante, esses partidos não conseguiram atrair políticos capazes. O atrativo ideológico incomumente amplo do tradicional [partido dos] democratas-cristãos (CDU) e sua aliança eleitoral permanente com seu partido irmão bávaro CSU, cuja forte postura anti-imigração deixou pouco espaço para um competidor de direita radical fornecem uma explicação adicional e complementar (ARZHEIMER; BERNING, 2019, p. 2, tradução livre).

Assim, a ascensão da AfD representa o primeiro desvio em nível nacional da trajetória padrão de partidos de direita radical no contexto alemão. Segundo Arzheimer e Berning (2019), a razão para isso é possivelmente a transformação enfrentada pelo partido, que começou como economicamente liberal e socialmente conservador, tornando-se efetivamente populista de direita radical apenas depois de conquistar relevância em algumas eleições estaduais. A forte “norma” social que reduzia o alcance de extremistas na Alemanha no

pós-guerra teria estigmatizado o partido, e, dessa forma, apenas a transformação gradual, a ser explicada de forma mais aprofundada no próximo tópico, permitiu que o partido alcançasse todo o seu potencial eleitoral.

5. *ALTERNATIVE FÜR DEUTSCHLAND (AFD)*

5.1. Trajetória

Fundada em fevereiro de 2013, apenas sete meses antes das eleições gerais⁶, a AfD nasceu de movimentos neoliberais, sobretudo do chamado “*Wahlalternative 2013*” (uma alternativa eleitoral para as eleições gerais de 2013). Liderado por nomes hoje bastante conhecidos na política alemã, como Bernd Lucke e Alexander Gauland (BERNING, 2017), o foco inicial do partido era bastante claro: dissolução do euro (ART, 2018). Com um programa extremamente curto, a AfD era considerada um “partido de um tema só” (BERNING, 2017). Ainda assim, porém, obteve 4,7 por cento dos votos, o melhor resultado para qualquer partido competindo pela primeira vez desde 1953 (ARZHEIMER, 2015).

Embora não tenha atingido o limiar de 5% necessário para obter representações no parlamento, o impressionante resultado garantiu à AfD acesso ao financiamento eleitoral do Estado, além de firmar sua presença no cenário político alemão. Assim, durante os seis meses que se seguiram à eleição, o partido se concentrou em ampliar seu perfil programático, o qual manteve o foco fiscal, e se livrar da imagem de “partido de um tema só” enquanto se preparava para as eleições do parlamento europeu. O resultado foi um montante de 7,1% dos votos, que lhes garantiu sete assentos na sede do poder político europeu — mais do que os tradicionais CSU (União Social Cristã) e FDP (Partido Democrático Liberal) (ARZHEIMER, 2015).

⁶ Os eleitores alemães, que não têm a obrigação de participar das eleições, dão dois votos: o primeiro em um candidato distrital, já que cada partido tem direito a lançar um nome por distrito ou zona eleitoral, e o segundo em um partido (voto de legenda). Para que um partido possa formar uma bancada no Parlamento (Bundestag), ele precisa obter no mínimo 5% dos votos válidos em todo o país. Caso ele não cumpra este requisito, mas consiga eleger algum deputado diretamente pelo voto distrital, este assume seu mandato, mas sem formar uma bancada (DW, 2016). Os partidos atualmente representados no parlamento são: a União Democrata Cristã (CDU), a União Social Cristã (CSU), o Partido Social Democrata (SPD), o Partido Verde (*die Grünen*), A Esquerda (Die Linke), o Partido Liberal Democrático (FDP) e a Alternativa para a Alemanha (AfD) (DW, 2020). Desde a fundação da República Federal da Alemanha, em 1949, o governo federal sempre foi composto por coalizões, devido à dificuldade de um único partido obter maioria absoluta no Parlamento (DW, 2016). Assim, o país é governado desde dezembro de 2013 por uma coalizão formada por CSU, CDU e SPD (DW, 2020b).

Até então, a ideologia da AfD estava longe do extremismo de direita. Um estudo de Arzheimer (2015) que analisou o manifesto do partido para as eleições europeias mostra que, numa escala esquerda-direita, a AfD estava à direita do CDU (União Democrata-Cristã) e do FDP (Partido Democrático Liberal), mas relativamente próxima ao CSU (União Social Cristã) e à esquerda do neonazista (DECKER; MILIOPOULOS, 2009) NPD (Partido Nacional Democrático da Alemanha). Além disso, o manifesto analisado não usa linguagem radical nem populista, apesar de apresentar retórica eurocética⁷ (BERNING, 2017).

O começo da grande virada em direção à direita radical veio em 2015, quando Frauke Petry assumiu o comando do partido. É sob o comando de Petry, aliada ao movimento “Europeus patrióticos contra a islamização do Ocidente” (*Patriotische Europäer gegen die Islamisierung des Abendlandes*, PEGIDA), que a AfD passa a adotar sua, hoje característica, temática anti imigração (BERNING, 2017).

A guinada da *Alternative* à direita radical tem na Resolução de Erfurt, assinada em março de 2015, a sua base argumentativa. O intento principal do documento era validar a ascensão dos discursos e ações cada vez mais radicais dentro do partido, fortalecendo o (etno)nacionalismo e, conseqüentemente, a retórica xenofóbica. O teor populista e radical de direita (LIEBEL, 2020) da resolução pode ser melhor compreendido por meio do seguinte trecho:

Inúmeros de nossos membros ainda compreendem a AfD (...) como uma alternativa fundamental, patriótica e democrática aos partidos estabelecidos, como um movimento de nosso povo contra os experimentos sociais das últimas décadas (integração de Gênero, multiculturalismo, arbitrariedade na Educação, etc.), como movimento de resistência contra a erosão da soberania e da identidade da Alemanha e como um partido que tem a coragem de se posicionar pela verdade e pela liberdade de expressão (HÖCKE; POGGENBURG, 2015, p. 1).

Com a forte radicalização, centenas de liberais, incluindo um dos fundadores, Bernd Lucke, acabaram por deixar o partido. Assim, com a saída dos menos extremistas, apenas os mais radicais dos 20.000 membros da AfD permaneceram (SCHREIBER, 2018). Estava criado o ambiente perfeito para o fortalecimento do mais bem sucedido partido radical de direita na Alemanha em mais de seis décadas (ARZHEIMER; BERNING, 2019).

⁷ Euroceticismo é uma doutrina política que defende o desligamento da União Europeia (UE). Os partidos políticos que defendem um ponto de vista eurocético tendem a ser amplamente populistas e geralmente apoiam controles de imigração mais rígidos (ENCYCLOPÆDIA BRITANNICA, 2014).

O ano de 2015 não foi decisivo para a AfD apenas devido a suas mudanças internas. Na mesma época, teve início a chamada “crise dos refugiados”. Aqui, escolhe-se, assim como Mudde (2019), colocar o termo entre parênteses. A razão para isso, nas palavras do autor:

A UE possuía os recursos financeiros para lidar com o número recorde de requerentes de asilo, embora tenha se negado por anos a construir a infraestrutura para cuidar deles adequadamente. A grande mídia *escolheu* denominar o fluxo de requerentes de asilo como uma "crise", fornecendo, assim, munição para a já mobilizada ultra direita (MUDDE, 2019, p.4).

Crise ou não, o fato é que 1,25 milhão de refugiados chegaram às fronteiras da União Europeia em 2015 (GREUSSING; BOOMGAARDEN, 2017). Destes, 1,1 milhão foram registrados apenas na Alemanha (BRÜCKE; SCHEWE; SIRRIES, 2016). A situação acabou se tornando um inesperado presente para a AfD, que se tornou porta-voz e um dos únicos meios de protesto para a parcela da população profundamente perturbada pela entrada massiva de imigrantes (DECKER, 2016). Assim, o partido começou a abordar a temática de imigração na maioria de suas aparições públicas, utilizando um tom cada vez mais radical e passando a expressar simpatia por outros partidos extremistas de direita na Europa Ocidental (BERNING, 2017).

A prova do fortalecimento do partido pela “crise” veio em março de 2016 nas eleições estaduais em *Baden-Württemberg* e *Rhineland-Palatinate*. Com 15,1% e 12,6% dos votos respectivamente, a AfD garantiu seus primeiros resultados de dois dígitos em estados da antiga Alemanha ocidental. Mais impressionante do que a porcentagem de votos em si, porém, são os resultados de análises eleitorais, que mostram que um quarto do eleitorado da AfD nesses estados era composto por cidadãos que não haviam votado em eleições anteriores. Assim, pode-se concluir que o partido foi o que mais se beneficiou do crescimento da politização causado pela “crise” dos refugiados, que chegou a aumentar em até 10% a participação eleitoral nos dois estados (DECKER, 2016).

Em janeiro de 2017, o partido demonstrou uma guinada ainda mais inequívoca para a direita quando um de seus principais nomes, Björn Höcke, atacou a dolorosa memória do Holocausto. Em um discurso público em Dresden, o extremista falou que “a história alemã é tratada como podre e ridícula” e que os alemães tinham a “mentalidade de um povo totalmente vencido”. E não parou por aí: após criticar o famoso monumento em memória ao holocausto, localizado no centro de Berlim, Höcke declarou achar necessário “uma reversão

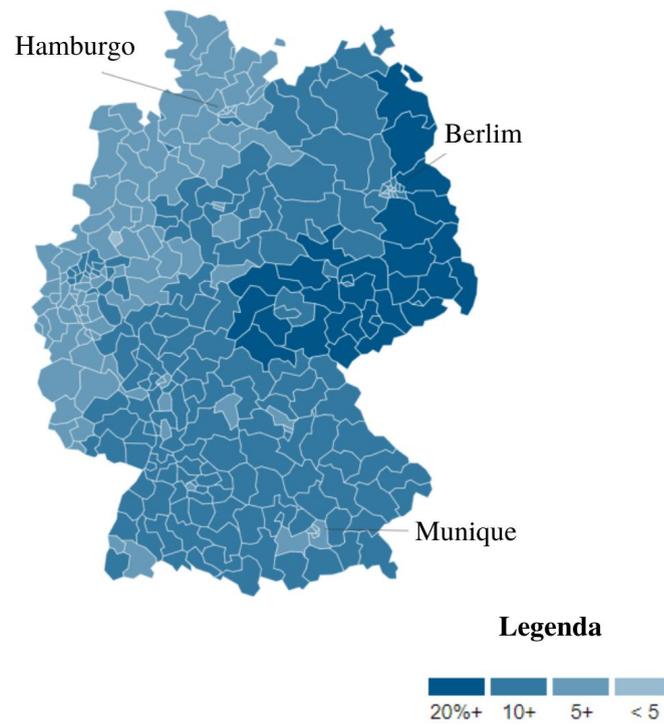
de 180 graus na política da lembrança [do holocausto]”, a qual apenas “paralisa o povo alemão” (ART, 2018).

Apesar do sucesso e fortalecimento que a AfD vinha experimentando com a crescente radicalização, em abril de 2017, cinco meses antes das eleições nacionais, Frauke Petry tentou convencer o partido a adotar posicionamentos mais moderados. Segundo ela, o objetivo seria conquistar um eleitorado conservador e menos radical, além de possibilitar uma coalizão com os gigantes CDU/CSU no longo prazo. A líder do partido, porém, não conseguiu qualquer apoio para sua ideia, e o posicionamento cada vez mais radicalizado da AfD foi mantido durante e após a campanha para as eleições de 2017 (BERNING, 2017).

5.2. As eleições de 2017

Nas eleições de 24 de setembro de 2017, a AfD obteve impressionantes 12,6% dos votos, formando a terceira maior bancada do parlamento alemão, com 94 assentos (DAEHNHARDT, 2017) e o maior partido de oposição à aliança entre CDU e SPD (ART, 2018). O resultado foi ainda mais surpreendente nos estados da antiga Alemanha Oriental, onde 22% dos votos foram para a *Alternative* (DAEHNHARDT, 2017). O gráfico 1 (abaixo) mostra a distribuição regional dos votos recebidos pelo partido:

Figura 1: porcentagem dos votos recebidos pela AfD de acordo com o distrito eleitoral
(reprodução de gráfico do The Guardian, 2017)



Fonte: The Guardian, 2017

A figura 2 (abaixo) mostra a divisão do país durante a guerra fria, entre República Federal da Alemanha (RFA), no lado oeste, e República Democrática Alemã (RDA), no lado leste:

Figura 2: divisão da Alemanha em duas repúblicas entre 1949 e 1990



Fonte: BBC Brasil, 2019

Ao comparar os dois mapas, fica clara a divisão regional entre apoiadores da AfD. O motivo para um sucesso tão grande na antiga Alemanha Oriental está relacionado a ressentimentos acumulados desde a reunificação (BERNING, 2017). A autora Franziska Schreiber, ex-membro da *Alternative*, explica as mágoas dos alemães orientais:

Após a queda do muro⁸, um debate aberto sobre a adesão e a adoção da constituição teria sinalizado para os alemães orientais: vocês estão autorizados a participar da discussão no novo Estado conjunto. Isso teria sido justo, afinal [a discussão] era também sobre o futuro deles. Mas no Ocidente não havia consciência sobre as questões relacionadas [por exemplo] aos currículos dos cidadãos, que haviam sido educados de forma completamente diferente, no sentido de uma ideologia totalmente contrária, [não havia consciência de] que eles tinham que recomeçar, aprender de novo, como se não tivessem conseguido qualquer coisa em sua vida passada. E, assim, a reunificação se transformou em um parto prematuro e caótico (SCHREIBER, 2018, p. 25).

Somado a tudo isso, ainda existe o fato de que os eleitores do leste foram convencidos muito mais rapidamente e de forma mais radical pelo discurso xenofóbico em debates sobre o Islã e sobre os recém chegados refugiados. Isso porque o medo do estrangeiro estava muito mais presente na antiga Alemanha Oriental, uma nação por anos isolada e restrita ao mundo

⁸ A queda do muro de Berlim em 9 de novembro de 1989 representou o colapso do comunismo na Europa, tornando-se um dos principais símbolos do fim da guerra fria e da reunificação alemã (SMITH, 2019).

socialista, do que no oeste, onde as pessoas já estavam em contato com o mundo globalizado há pelo menos 50 anos. Assim, o “leste” viu na AfD uma esperança para retomar a confiança perdida no sistema político. Sem medo do politicamente correto, o partido era o único com a coragem de enfrentar o sistema que oprimiu os cidadãos orientais durante décadas desde a reunificação (SCHREIBER, 2018).

Embora a grande força da AfD esteja no leste, é importante não usá-la como explicação monocausal para a ascensão do partido ao parlamento alemão. A AfD não é apenas um fenômeno oriental (BERNING, 2017). Segundo o próprio manifesto do partido contendo a estratégia adotada para as eleições de 2017, toda a campanha e posicionamento foram pensados para atingir cinco públicos-alvo específicos. São eles:

(1) Eleitores de todas as camadas sociais, faixas etárias e partes da Alemanha, (...) que reconhecem que o Euro prejudica fortemente a ideia europeia e os europeus (...), que não querem um “superestado” europeu e exigem dos políticos coragem para a Alemanha (...); (2) Eleitores civis com orientação liberal-conservadora de valores (...) que não confiam mais nos partidos antigos para a busca de soluções (...) para temas como: imigração descontrolada, combate à criminalidade (...) e maluquice de gênero. Esses eleitores são críticos ou opositores (...) da ideologia multiculturalista dominada pelos partidos tradicionais; (3) Eleitores “de protesto”, que estão insatisfeitos (...) com a expressão de opiniões politicamente corretas nas mídias (...); (4) Não eleitores que ainda estão seguindo os acontecimentos políticos e que não são, de forma alguma, fundamentalmente contra a participação eleitoral, mas que não encontram uma oferta aceitável em nenhum dos partidos antigos; (5) Cidadãos com renda abaixo da média (...) em partes das cidades chamadas de “precárias”, que são contra a tendência local de abusar dos benefícios governamentais de transferência de dinheiro (...) e que se identificam com os valores conservadores, como (...) ordem, segurança e patriotismo, (...) e que, além disso, se sentem como os perdedores da globalização (...). (AFD MANIFEST 2017, 2016, p. 4).

Dessa forma, ainda que o sentimento de desconfiança política seja mais forte nos estados do leste devido ao ressentimento pós reunificação, a AfD também obteve sucesso na utilização da retórica fortemente populista e radical para atingir seu público-alvo nos estados ocidentais. É o caso, por exemplo, da pequena cidade Gelsenkirchen, na Renânia do Norte-Vestfália. O pequeno município industrial, onde a AfD obteve 17% dos votos, enfrenta altas taxas de desemprego após mudanças estruturais na economia da região. Além disso, em diversos outros municípios do mesmo estado, o partido obteve imenso sucesso entre cidadãos que antes não exerciam o direito ao voto (BERNING, 2017).

A análise em nível individual também traz informações importantes para entender onde a AfD encontrou a base eleitoral capaz de satisfazer ao menos um dos cinco parâmetros

definidos para o público-alvo. Segundo Berning (2017), o eleitorado da AfD “é predominantemente masculino, com escolaridade média a baixa e se preocupa com a imigração” (p. 19). O perfil não traz nenhuma surpresa, já que é bastante semelhante ao de eleitores típicos de diversos partidos populistas radicais de direita em diversos países da Europa Ocidental (BERNING, 2017).

A campanha bem sucedida da AfD, porém, não pode ser completamente compreendida sem analisar sua estratégia e sua presença online (SERRANO et al, 2019). O partido encontrou no ambiente sem mediação das mídias sociais a ferramenta perfeita para transformar emoção em votos (GÄBLER, 2018). Esse assunto, tema central deste trabalho, será abordado mais profundamente no próximo tópico.

6. O PAPEL DAS MÍDIAS SOCIAIS NO SUCESSO DA DIREITA RADICAL POPULISTA

A ascensão das mídias sociais transformou a comunicação política no mundo todo. As plataformas online possibilitam um contato direto com o eleitorado, o que não era possível apenas com as mídias tradicionais. Por meio de redes como *Twitter* e *Facebook*, candidatos e partidos podem não só declarar diretamente suas posições sobre assuntos relevantes, mas também receber *feedbacks* rápidos e direcionados de seu público. Assim, essa nova forma de interatividade permite que partidos e candidatos colem, monitorem e analisem as reações dos eleitores às mensagens políticas, de forma a projetar, corrigir e adaptar estrategicamente as atividades de campanha (SERRANO et al, 2019).

O ambiente não mediado das redes sociais oferece a oportunidade perfeita para que políticos e partidos populistas se comuniquem com seu público. Essa relação entre populismo e comunicação *online* já é estudada desde o final da década de 90, quando Bimber (1998) afirma o potencial da *internet* de transformar a retórica política em uma direção cada vez mais populista ao promover uma comunicação não mediada entre cidadãos e governo (ERNST et al, 2017).

Embora antigo, o argumento defendido por Bimber ainda se sustenta, principalmente devido a três aspectos que regem a comunicação política nas mídias sociais. São eles: (1) A

ausência de *gatekeepers*⁹ e/ou jornalistas capazes de restringir ou enquadrar as mensagens; (2) A possibilidade de conexão com os eleitores em um nível humano e com laços mais fortes devido às menores barreiras de interação; (3) Ao contrário de qualquer outro canal de mídia, as redes sociais tornam possível a interação com grupos específicos, o que gera uma oportunidade especialmente proveitosa para populistas, pois permite o ataque a inimigos comuns dentro de suas redes (ERNST et al, 2017).

Uma das principais consequências da intensa digitalização do debate observada no século XXI é que partidos e candidatos não apresentam mais uma visão estática e completa de seus posicionamentos. O que se observa agora é uma tendência de que atores políticos comentem e respondam sobre tópicos definidos pela agenda pública e eventos externos. Além disso, existe uma clara propensão dessas figuras públicas em abordar tópicos sobre os quais detêm posições fortes e influentes, evitando temas que possam diminuir sua popularidade (SERRANO et al, 2019).

Embora os fenômenos citados acima possam ser observados em populistas de todo o espectro político (ERNST et al, 2017), eles são mais comumente percebidos em partidos que se posicionam como *outsiders*, ou seja, representantes da “nova política” (SERRANO et al, 2019), o que é o caso, principalmente, de populistas de extrema-direita (DARIUS; STEPHANY, 2019). Como esses partidos tendem a ter pouco espaço nos meios de comunicação tradicionais, eles encontraram nas redes sociais o canal perfeito de comunicação para garantir que sua mensagem chegue até seus eleitores em potencial (SERRANO et al, 2019).

Enquanto à primeira vista pode parecer que a internet democratiza o acesso ao debate político, na prática não é bem isso que acontece. Com algoritmos cada vez mais fortalecendo a percepção seletiva dos usuários de redes sociais, o que se percebe é a criação das chamadas “câmaras de eco” (DARIUS; STEPHANY, 2019). Isso significa que, se por um lado os espaços de comunicação estão cada vez maiores e as informações são enviadas ao redor do globo cada vez mais rápido, por outro lado, o “nós” daqueles que se comunicam se torna cada vez menor, ou seja, os grupos que interagem dentro das câmaras de eco tornam-se cada vez

⁹ *Gatekeeping* é o processo pelo qual o grande volume de potenciais notícias é filtrado, anunciado e moldado até se transformar nas mensagens que são realmente divulgadas pela mídia. Assim, também pode ser compreendido como o processo geral por meio do qual a realidade veiculada pela mídia é construída (SHOEMAKER et al, 2001)

mais estritos. A este fenômeno, Meckel (2011) deu o nome de “miopia global” (GÄBLER, 2018).

O resultado é que, cada vez mais, ao invés de trocas e discussões, o que se vê na *web* são grandes bolhas de autoafirmação. Usuários acabam sendo atraídos a ambientes virtuais que apenas confirmam suas crenças já existentes, e acabam perdendo qualquer forma de contato com outras ideologias e formas de ver o mundo. O público passa, assim, a ver a exclusão como uma resposta simples e eficaz aos seus próprios problemas, algo como “se eu não vejo, então não existe”. E, dessa forma, as bolhas virtuais se tornam cada vez mais uniformes, coesas e isoladas (GÄBLER, 2018).

No caso da AfD, um estudo que analisou o público do partido no *Twitter* durante a campanha para as eleições de 2017 concluiu que o perfil oficial da organização tem, de longe, a maior proporção de seguidores de um partido só. O que esse dado indica é que a existência das “câmaras de eco” é muito mais forte entre os seguidores da *Alternative* (DARIUS; STEPHANY, 2019).

6.1. A Estratégia de Mídias Sociais da AfD

Para compreender como a AfD obteve tanto sucesso em utilizar as bolhas das redes sociais para se fortalecer, é necessário analisar a fundo a estratégia de mídias sociais utilizada pelo partido. As plataformas *online* são tão importantes para o sucesso da *Alternative*, que Gäbler (2018) a descreve como “o primeiro partido da *Internet*” (p. 19). Também segundo o autor, é nas redes que a AfD encontrou “seu lar midiático” (p.23), onde uma indústria de emoção e entusiasmo molda toda uma comunicação que nada tem a ver com a ideia de um público politicamente informado, mas sim com popularidade (GÄBLER, 2018).

Segundo Serrano et. al (2019), são três os principais fatores que determinaram o sucesso da AfD nas redes. São eles:

(1) O uso das redes como mídia alternativa: ao culpar a mídia tradicional por deturpar suas reais intenções, a AfD passa a afirmar que apenas as mídias alternativas são capazes de apresentar sua real mensagem. Assim, não só incentiva seu público a abandonar as mídias de massa como também atinge a parcela da população que já desconfiava dos grandes meios de comunicação. Enquanto 31% da população alemã em geral consome notícias por meio das redes sociais (HEGELICH, 2018), dois estudos mostram que essa porcentagem é maior entre

apoiadores da *Alternative*. O primeiro, da fundação Otto-Brenner (DECKER et al, 2017), mostra que os seguidores da AfD confiam menos na mídia alemã e preferem obter informações de plataformas de mídia social. O outro, conduzido pelo *Pew Research Center* (MITCHELL et al, 2018), constatou que alemães com preferências populistas tendem a confiar menos na mídia.

(2) Grande volume de mensagens: a AfD utiliza a estratégia de fazer uso intenso das mídias sociais para aumentar as chances de que seu conteúdo se torne viral. Para conseguir isso, usa um tom negativo e agressivo, que afeta diretamente a emoção dos seguidores. Aqui, ocorre o fenômeno descrito pelo filósofo Byung-Chul Han:

A comunicação digital toma não apenas forma espectral, mas também viral. Ela é contagiante na medida em que ela ocorre imediatamente em planos emocionais ou afetivos. O *contágio* é uma comunicação pós-hermenêutica, que não dá verdadeiramente nada a ler ou pensar (HAN, 2018, p. 61).

(3) Manipulação online: o partido e seus seguidores não foram os únicos a espalhar as mensagens políticas com ideologia da direita radical. *Bots* pró AfD, ou seja, contas automatizadas e modeladas para se parecerem com usuários reais e cujo propósito é viralizar tópicos e manipular tendências, foram identificadas tanto no *Twitter* quanto no *Facebook*. Embora seja difícil determinar com precisão a quantidade de *bots* utilizados e seu real efeito na opinião pública, os dados obtidos pelo autor Simon Hegelich (2018) por meio da ferramenta *BotOrNot* apontam que aproximadamente 4% dos *tweets* que fizeram menção à AfD entre março e setembro de 2017 foram postados por contas automatizadas. Embora a porcentagem em si seja baixa, ela indica que cerca de 1200 postagens por dia durante o mês de setembro partiram de contas inautênticas que buscavam fortalecer a presença da agenda da *Alternative* no debate público.

O estudo de Serrano et. al (2019), que apresenta os métodos descritos acima, afirma que tais métodos são utilizados no âmbito de uma estratégia geral de comunicação online que engloba todas as plataformas usadas pela AfD (*Facebook*, *Twitter*, *YouTube* e *Instagram*), ainda que em diferentes medidas. O mesmo artigo mostra, ainda, o enorme alcance que o partido possui no *Facebook*, o que acaba fazendo com que esta seja a rede preferida da *Alternative*. A importância da rede de Zuckerberg para a AfD também é abordada no livro de

Schreiber (2018). Segundo ela, “o *Facebook* é o campo de batalhas da AfD” (p.55), ou seja, um lugar onde reputações, tanto de aliados como de rivais, nascem e morrem.

Embora o protagonismo da gigante rede social de Zuckerberg seja inegável tanto no contexto da comunicação da ultra-direita a nível global quanto para a AfD, outra plataforma de mídia aparece como personagem essencial no desenvolvimento da política mundial: o *Twitter*. Hegelich (2018) argumenta, inclusive, que a rede de *microblog*¹⁰ chega a ser ainda mais poderosa que o *Facebook* na formação de opinião de seus usuários, tendo em vista o vasto uso por jornalistas e políticos. De forma semelhante, a pesquisadora Graça Rossetto caracteriza essa mídia como “parte importante de uma esfera em rede na qual questões políticas são negociadas publicamente” (2018, p. 102).

6.2. Twitter

Com cerca de 321 milhões de usuários mensais dos quais 126 milhões são diariamente ativos (SHABAN, 2020), o *Twitter* é maior plataforma de *microblog* do mundo. Os dois terços dos chefes de Estado do mundo presentes na rede social (TROMBLE, 2018) se juntam a jornalistas, blogueiros e ao próprio eleitorado para produzir um ambiente repleto de comentários eleitorais e discussões políticas. Dessa forma, o *Twitter* pode ser compreendido tanto como uma “ferramenta para” quanto “um objeto” da comunicação política. É uma ferramenta, à medida que permite que candidatos e partidos façam campanha, que jornalistas construam narrativas e que o público compartilhe suas opiniões políticas. É também objeto por garantir aos três grupos a possibilidade de direcionar sua atenção, votar e criar estratégias de campanha (MCGREGOR; MOURÃO; MOLYNEUX, 2017).

O papel do *Twitter* na comunicação política não pode ser compreendido sem que seja levado em consideração o formato das interações na plataforma, que limita as mensagens, chamadas de *tweets*, a apenas 140 caracteres¹¹. Assim, este formato curto, conciso e rápido faz do *Twitter* a plataforma ideal para declarações com caráter fortemente emocional (GÄBLER,

¹⁰ O microblog é uma forma de blog em que as postagens geralmente consistem em conteúdos curtos, como frases, comentários rápidos, imagens ou links para vídeos (STIEGLITZ; DANG-XUAN, 2013).

¹¹ Em 7 de novembro de 2017, o *Twitter* aumentou o tamanho máximo dos tweets de 140 para 280 caracteres. De acordo com a plataforma, a mudança ocorreu para dar aos usuários mais espaço para expressar seus pensamentos, já que um número desproporcionalmente grande de postagens tinha exatamente 140 caracteres (GLIGORIĆ; ANDERSON; WEST, 2020). No entanto, como a mudança ocorreu após o período de campanha das eleições alemãs, no âmbito deste trabalho ainda será considerado o limite de 140 caracteres.

2018), delineando a comunicação com base em três características principais: simplicidade, impulsividade e incivilidade (OTT, 2017).

A simplicidade se refere à impossibilidade de compartilhar mensagens detalhadas e complexas devido ao limite de caracteres, o que acaba favorecendo o compartilhamento de *links* que redirecionam incessantemente a atenção do usuário para outros lugares, “remodelando a cognição humana de maneiras que favorecem a simplicidade e promovem períodos curtos de atenção” (OTT, 2017, p. 61). Assim, “o Twitter mina nossa capacidade de discutir e, conseqüentemente, pensar sobre questões e eventos de formas mais complexas” (ibidem, p. 61). Já a impulsividade está relacionada ao esforço quase nulo necessário para *tweetar*, o que favorece o compartilhamento de mensagens desencadeadas por “descargas afetivas”, ou seja, sem reflexão ou consideração das conseqüências (ibid.).

A incivilidade, por sua vez, concerne os discursos indelicados, insultuosos ou ofensivos frequentemente observados na plataforma. Dois aspectos do *Twitter* são especialmente responsáveis por favorecer a retórica rude no compartilhamento de mensagens: a informalidade, que acaba facilitando o uso de linguagem chula, e a despersonalização das interações, o que cria um contexto no qual os usuários não percebem que suas mensagens têm o poder de afetar pessoas reais atrás da tela. Dessa forma, a falta de formalidade e de intimidade que regem a comunicação no *Twitter* “mina as normas sociais que sustentam a civilidade e predispõe os usuários a se envolverem em comunicações polarizadas e zombeteiras” (OTT, 2017, p. 62).

As três características definidas por Ott contribuem para que o *Twitter* seja a rede social ideal para o tipo de usuário que Gäbler (2018) chama de “cidadão digital furioso” (p. 24). O autor também explica como a plataforma funciona como um ambiente propício para a escalada de conflitos, já que diálogos e explicações são formas de comunicação complexas demais para apenas 280 caracteres. Para Han (2018), essa falta de compostura inerente à comunicação na rede é característica de uma sociedade da indignação e do escândalo. O autor explica que “a desobediência, a histeria e a rebeldia [...] não permitem nenhuma comunicação discreta e factual, nenhum diálogo, nenhum discurso” (p.15).

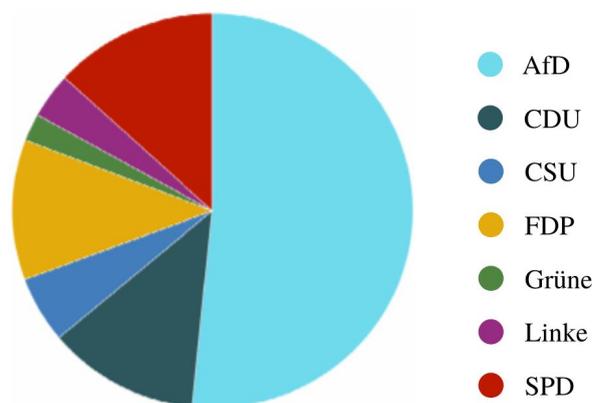
Ainda assim (ou talvez justamente por isso), o *Twitter* é usado para perpetuar mensagens políticas em todo o mundo, fazendo com que ter um perfil na rede social seja “a regra, e não a exceção para os políticos nas democracias ocidentais” (TROMBLE, 2018). O grande responsável por ampliar o uso político, e principalmente populista, da rede de

microblogs foi Donald Trump. Tanto enquanto candidato quanto como presidente eleito dos Estados Unidos, Trump consegue, com êxito, usar a rede social não apenas para se comunicar com “o povo” sem a interferência da mídia clássica e de instituições parlamentares e judiciárias, mas também para denunciar essas mesmas instituições como elitistas, corruptas e propagadoras de *fake news* (GÄBLER, 2018).

Apesar de ainda pouco estudada, a presença da AfD no *Twitter* também funciona como uma ferramenta de comunicação direta com “o povo”. Para o partido, a maior vantagem da comunicação *online* está justamente em não depender dos jornalistas, a quem consideram como verdadeiros oponentes. Ao mesmo tempo, porém, utilizam as declarações polêmicas na plataforma para cravar sua imagem de vítima da mídia tradicional, que, na visão da *Alternative*, age com o intuito de cercear a liberdade de expressão nas redes sociais (GÄBLER, 2018).

Dessa forma, não é surpresa que o populista radical de direita seja também o partido alemão mais ativo no *Twitter*, ainda que, surpreendentemente, seja também o menos seguido na plataforma (SERRANO et al, 2019). Apesar disso, a força da *Alternative* na rede de *microblogs* fica evidente ao se observar os dados de interação com os usuários. O gráfico abaixo mostra a porcentagem de menções que cada partido alemão recebeu no dia das eleições:

Gráfico 1: menções aos diferentes partidos alemães no dia das eleições de 2017



Fonte: HEGELICH, 2018

Conforme lembrado por Serrano et al, porém, menções podem conter tanto conteúdo positivo e de apoio ao partido, quanto mensagens negativas de oposição. A análise das

curtidas e dos *retweets* (compartilhamentos) recebidos pela AfD, no entanto, não deixam dúvida do sucesso do partido em se comunicar com sua audiência no *Twitter*: as postagens da *Alternative* foram retuitadas mais vezes do que a de todos os outros partidos somados. Além disso, cada um dos *tweets* originais do partido recebeu, em média, 129 *retweets* e 305 curtidas. Para efeito de comparação, o tradicional CDU, que conquistou 33% dos votos nas eleições (DW, 2019), foi, em média, *retweetado* 13 vezes e recebeu 38 curtidas (SERRANO et al, 2019).

7. METODOLOGIA

O método escolhido para analisar a retórica da AfD no *Twitter* foi a Análise do Discurso (doravante AD). Embora à primeira vista o termo possa parecer abstrato já que, de forma vaga e ampla, qualquer produção de linguagem possa ser considerada discurso, a AD a que me refiro é a disciplina originada na França na década de 1960. Mussalim (2001) retoma Malidier (1994) para explicar a fundação da AD por duas figuras com áreas de estudo distintas: o linguista e lexicólogo Jean Dubois e o filósofo Michel Pêcheux, envolvido com estudos da psicanálise, da epistemologia e do marxismo (MUSSALIM, 2001).

Desse modo, da convergência dos objetos de estudo dos dois teóricos surge a AD, herdeira de três grandes áreas do conhecimento: Psicanálise, Linguística e Marxismo. Caregnato e Mutti (2006) explicam que essa confluência de epistemologias ocorre da seguinte forma: “da lingüística deslocou-se a noção de fala para discurso; do materialismo histórico¹² emergiu a teoria da ideologia; e finalmente da psicanálise veio a noção de inconsciente que a AD trabalha com o de-centramento do sujeito” (p. 680).

Orlandi (2009) esclarece, porém, que a relação da AD com os três campos teóricos não acontece de modo servil, já que

(...) trabalha uma noção — a de discurso — que não se reduz ao objeto da Linguística, nem se deixa absorver pela Teoria Marxista e tampouco corresponde ao que teoriza a Psicanálise. Interroga a Linguística pela historicidade que ela deixa de lado, questiona o Materialismo perguntando pelo simbólico e se demarca da Psicanálise pelo modo como, considerando a historicidade, trabalha a ideologia como materialmente relacionada ao inconsciente sem ser absorvida por ele (ORLANDI, 2009, p. 20).

¹² A relação entre a AD e o Materialismo Histórico tem sua origem no trabalho de Althusser (1970), que retoma a teoria marxista ao afirmar que ideologias devem ser estudadas não como ideias, mas como “conjuntos de práticas materiais que reproduzem as relações de produção” (MUSSALIM, 2001, p. 103).

Assim, a partir da confluência das três disciplinas, surge um novo objeto de estudo: o próprio discurso. Para a AD, o discurso é muito mais do que apenas a transmissão da mensagem: “é efeito de sentido entre locutores” (ORLANDI, 2009, p. 21). Foucault (2008), por sua vez, chama de discurso “um conjunto de enunciados, na medida em que se apóiem na mesma Formação Discursiva” (p. 132).

O conceito de Formação Discursiva (doravante FD) elaborado por Foucault é, por conseguinte, essencial para a AD, uma vez que possibilita a compreensão do processo de produção de sentidos e permite que o analista estabeleça regularidades no funcionamento dos discursos (ORLANDI, 2009). Segundo Foucault (2008):

No caso em que se puder descrever, entre um certo número de enunciados, semelhante sistema de dispersão, e no caso em que entre os objetos, os tipos de enunciação, os conceitos, as escolhas temáticas, se puder definir uma regularidade (uma ordem, correlações, posições e funcionamentos, transformações), diremos, por convenção, que se trata de uma formação discursiva - evitando, assim, palavras demasiado carregadas de condições e consequências, inadequadas, aliás, para designar semelhante dispersão, tais como "ciência", ou "ideologia", ou "teoria", ou "domínio de objetividade" (*ibid*, p. 43).

Dessa forma, pode-se compreender a FD como aquilo que determina o que pode e/ou deve ser dito a partir de uma determinada conjuntura sócio-histórica. Isto porque FDs são marcadas por regras de formação, que agem como mecanismos de controle determinando o que pertence ou não à própria FD. Assim, a AD entende que o contexto histórico-social em que o discurso está inserido constitui parte do sentido, ou seja, os sentidos são construídos historicamente (MUSSALIM, 2001).

A partir disso, decorre a interpretação de um ponto crucial para a AD: a constituição dos sentidos de acordo com a inscrição do discurso em uma FD, e não em outra, o que dá a ele um sentido, e não outro. Ou seja: o sentido das palavras não é intrínseco a elas, mas sim derivados das FDs em que se inscrevem. Assim, também segundo Foucault,

Um enunciado pertence a uma FD, como uma frase pertence a um texto. [...] Mas enquanto a regularidade de uma frase é definida pelas leis de uma língua, [...] a regularidade dos enunciados é definida pela própria FD (2008, p. 132).

Ou seja: “As palavras falam com outras palavras. Toda palavra é sempre parte de um discurso. E todo discurso se delineia na relação com outros: dizeres presentes e dizeres que se

alojam na memória” (ORLANDI, 2009, p. 43). Assim, a AD age justamente para explicitar a maneira como linguagem e FD se afetam reciprocamente (*ibid.*).

Uma vez que os conceitos de discurso e de FD sejam compreendidos, outro termo aparece como fundamental para a AD: sujeito. A concepção deste conceito, antes interpretado como entidade homogênea, é substancialmente alterada após a descoberta do inconsciente por Freud, uma vez que o sujeito passa a ser compreendido como um ser dividido entre consciente e inconsciente. É a partir de uma releitura dessas teorias freudianas que Lacan passa a reconhecer a estruturação do inconsciente como uma cadeia de significantes capaz de interferir no discurso, como se este “fosse sempre atravessado pelo discurso do Outro, do [próprio] inconsciente” (MUSSALIM, 2001, p. 107).

Dessa forma, o sujeito inserido em uma FD tem as possibilidades de seu discurso delimitadas por ela. Nas palavras da autora Fernanda Mussalim:

(...) o sujeito, apesar da possibilidade de desempenhar diferentes papéis, não é totalmente livre; ele sofre as coerções da formação discursiva do interior da qual enuncia, já que esta é regulada por uma formação ideológica. Em outras palavras, o sujeito do discurso ocupa um lugar de onde enuncia, e é este lugar, entendido como a representação dos traços de determinado lugar social (o lugar do professor, do político, do publicitário, por exemplo) que determina o que ele pode ou não dizer a partir dali. Ou seja, este sujeito, ocupando o lugar que ocupa no interior de uma formação social, é dominado por uma determinada formação ideológica que pré estabelece as possibilidades de sentido de seu discurso (MUSSALIM, 2001, p.133).

É com base nesses conceitos que o analista¹³ é capaz de interpretar o discurso. É importante frisar, porém, que a AD vai muito além da interpretação: seu foco real é a compreensão. Orlandi (2009) explica que compreender é saber como objetos simbólicos (textos, pinturas, músicas, etc) produzem sentido. Enquanto a interpretação é presa a um sentido, “a compreensão procura a explicitação dos processos de significação presentes no texto e permite que se possam ‘escutar’ outros sentidos que ali estão, compreendendo como eles se constituem” (*ibid.*, p. 26). Em suma, a AD produz novas práticas de leitura, posto que visa compreender as relações entre sujeito e sentido, as quais geram significância ao objeto simbólico analisado.

¹³ Mussalim (2001) retoma Maingueneau (1990) para apontar uma questão interessante em relação ao termo “análise”, uma vez que este pode se referir ao mesmo tempo ao texto e à psicanálise. Assim, a compreensão do termo “analista” poderia fazer referência às duas áreas teóricas, já que “a escola francesa de Análise do Discurso se afirma como uma análise (= psicanálise) aplicada aos textos” (MAINGUENEAU, 1990, p. 69 *apud* MUSSALIM, 2001, p. 107).

No que tange à prática da AD em si, Mussalim (2001) enumera quatro procedimentos que devem ser seguidos em ordem. A saber:

a) primeiramente se seleciona um *corpus* fechado de sequências discursivas [...]; b) em seguida faz-se a análise linguística de cada sequência, considerando as construções sintáticas (de que maneira são estabelecidas as relações entre os enunciados) e o léxico (levantamento de vocabulário); c) passa-se depois à análise discursiva, que consiste basicamente em construir sítios de identidades a partir da percepção da relação de sinonímia (substituição de uma palavra por outra no contexto) e de paráfrase (sequências substituíveis entre si no contexto); d) por fim, procura-se mostrar que tais relações de sinonímia e paráfrase são decorrentes de uma mesma estrutura [FD] geradora do processo discursivo (MUSSALIM, 2001, p. 118).

Ademais, um outro conceito se faz importante no âmbito deste trabalho: a concepção de imagem como discurso. Segundo Souza (1998):

[...] a imagem pode ser lida. Propriedades como a representatividade, garantida pela referencialidade, sustentam, por um lado, a possibilidade de leitura da imagem e, por outro, reafirmam o seu status de linguagem. Não porque, dadas essas propriedades, a se diga que a imagem também informa, comunica, e sim porque - em sua especificidade - ela se constitui em texto, em discurso (SOUZA, 1998, p.3).

Assim, a interpretação da imagem, da mesma forma que a interpretação do discurso verbal, “vai pressupor também a relação com a cultura, o social, o histórico, com a formação social dos sujeitos” (ibid, p.4). Dessa forma, o entendimento de imagem como discurso na esfera desta monografia é utilizado para compreender o papel do recurso visual de oferecer sustentação para os discursos verbais que acompanha.

Mais além, é importante enfatizar que, conforme explica Orlandi (2009), todo material de análise demanda que o analista mobilize conceitos que outro analista não mobilizaria. E mais do que isso: sendo todo analista também um intérprete, trata-se de um sujeito que “faz uma leitura também discursiva influenciada pelo seu afeto, sua posição, suas crenças, suas experiências e vivências” (CAREGNATO; MUTTI, 2006, p. 682). Dessa forma, uma análise nunca será absoluta e única e, portanto, jamais poderá ser igual a outra (ORLANDI, 2009).

A AD foi escolhida como forma de análise do objeto empírico deste trabalho: os *tweets* publicados na conta oficial da *Alternative* (<https://twitter.com/AfD>) durante o mês que antecedeu as eleições gerais alemãs de 2017, ou seja, entre os dias 24 de agosto e 23 de setembro do mesmo ano. A escolha do método se deu com o objetivo de compreender a

retórica do partido além da superficialidade da linguagem, observando, segundo Orlandi (2009), “como a língua produz sentidos por/para sujeitos”. (p. 17).

Para garantir a relevância dos objetos analisados, foram excluídos da pesquisa *retweets* (compartilhamento dos conteúdos de terceiros), respostas direcionadas a usuários específicos, vídeos e convites para transmissões ao vivo e para eventos. Com estas exclusões, restaram 197 publicações, dentre as quais muitas apresentam conteúdo repetitivo e/ou promocional e, por isso, também foram desconsideradas. É o caso da imagem abaixo, publicada no dia 14 de setembro de 2017:

Figura 3: exemplo de publicação desconsiderada na análise



Fonte: twitter.com/afd

A imagem acima foi utilizada para pedido de doação ao partido e traz o seguinte texto: “Faça a AfD a número um na Internet! Reta final! Apenas 2590 vezes 100 Euros e a meta é alcançada! 1 milhão de euros de orçamento publicitário para a campanha eleitoral digital”. Imagens semelhantes, contendo apenas a atualização dos valores doados, foram publicadas ao menos 14 vezes durante o período analisado. Dessa forma, para o recorte desta pesquisa, optei por analisar 20 postagens sem cunho promocional e de conteúdo mais homogêneo. No entanto, apesar de não aparecerem formalmente no tópico de análise deste trabalho, outras 12 publicações que contribuíram para a análise ao fornecerem mais contexto sobre os temas analisados podem ser encontradas no anexo deste estudo.

No que tange à forma de obtenção dos conteúdos para análise, estes foram coletados por meio de uma ferramenta do próprio *Twitter*, chamada de busca avançada. O recurso oferece a possibilidade de filtrar *tweets* de acordo com a data de publicação, palavras-chave, frases exatas, *hashtags*¹⁴, usuários, idioma e/ou nível de engajamento. Para encontrar as publicações analisadas neste estudo, busquei por *tweets* postados pela conta @AfD entre os dias 24 de agosto e 23 de setembro de 2017.

Após a coleta das publicações, em alemão, realizei a tradução manual para o português tanto do texto das 20 publicações estudadas quanto das que se encontram no anexo deste trabalho. O procedimento de Análise do Discurso, no entanto, foi realizado a partir do idioma original, uma vez que a língua é essencial para a compreensão de sentidos (ORLANDI, 2009). Dessa forma, a descrição da análise em português é utilizada apenas para torná-la compreensível ao leitor.

8. ANÁLISE E DISCUSSÃO

Logo à primeira vista percebe-se a preocupação do partido com uma identidade visual que permeia a maior parte das imagens publicadas. Segundo informações do *site* da própria AfD, “O azul claro [...] transmite um espírito de otimismo, frescor e uma perspectiva de futuro positiva. O azul escuro [...] significa seriedade e confiabilidade. O vermelho é uma cor de ativação [...] usada para chamar atenção” (Alternative für Deutschland, 2020). A intenção de otimismo, no entanto, contrasta com os textos de teor altamente acusatório e incriminador. Já a suposta seriedade destoa do grande volume de informações, tanto no que tange à substancial quantidade de *tweets* quanto à poluição visual presente em grande parte das imagens.

No que concerne aos temas abordados, um em específico chama a atenção pela frequência com que aparece: críticas a Angela Merkel. Não críticas de cunho estritamente de discordância política, mas sim o que Levitsky e Ziblatt (2018) chamam de “negação da legitimidade dos oponentes políticos” (p. 33), um dos elementos que caracterizam o comportamento autoritário. Dentro deste elemento, dois recursos se destacam dentro da Formação Discursiva de onde partem os discursos da AfD: a afirmação de que a oponente

¹⁴ Hashtag é um recurso usado para classificar e reunir conteúdos semelhantes na internet. Utilizando o símbolo # antes de uma palavra, o usuário pode incluir sua publicação em uma espécie de diretório contendo postagens sobre o mesmo tema (CHANG, 2010).

política Merkel constitui uma ameaça à “segurança nacional” e ao “modo de vida existente” (ibid. p. 33) e de que a chanceler também se opõe à “ordem constitucional existente” (ibid.). É o caso da publicação abaixo:

Figura 4: *tweet* publicado no dia 14 de setembro de 2017



Fonte: twitter.com/afd

O texto da publicação pode ser traduzido como “Realmente #Klartext no #ZDF com Angela Merkel ou apenas perguntas escolhidas a dedo e inofensivas? #TenhaCoragemAlemanha #AfD”. O termo *Klartext*, que significa texto claro em português, faz referência a um programa de televisão, exibido pelo canal público ZDF (ZDF, 2020), em que cidadãos são convidados a fazer perguntas à chanceler alemã. A AfD, por sua vez, acusa o programa de ser parcial por apenas permitir perguntas “inofensivas” e favoráveis à Merkel.

O que chama mais atenção na postagem, porém, é a figura publicada, que traz os dizeres “Façam seu trabalho: e exponham a perjuradora!”. Além do discurso de teor ofensivo, a imagem redireciona o usuário a um *site* com o título “A falha de Angela Merkel — a perjuradora” e endereço “merkeldieeidbrecherin.com¹⁵”, o qual na data de elaboração deste trabalho se encontrava fora do ar. Durante o período de campanha, porém, o *site*, que fortalecia essa imagem de “traidora da nação” imputada à chanceler (AMANN, 2017), chegou

¹⁵ O endereço do site pode ser traduzido como “MerkelAPerjuradora.com”.

a aparecer como o primeiro resultado no *Google* para a pesquisa por “Angela Merkel” (EMPOLI, 2019).

A foto escolhida para representar a Chanceler também contribui para a construção do sentido observado. O semblante fechado e olhar voltado para baixo remetem a uma expressão de culpa, como se Merkel não fosse capaz de olhar nos olhos do povo alemão. A estética em preto e branco também favorece o sentido de transgressão que permeia toda a postagem. A mesma foto é utilizada dois dias depois, no dia 16 de setembro de 2017 em mais um *tweet* com conteúdo semelhante:

Figura 5: *tweet* publicado no dia 16 de setembro de 2017



Fonte: twitter.com/afd

A postagem traz o texto “Você acha que isso é exagerado? Então, por favor, dê uma olhada nas informações e fatos sobre o assunto” e mais uma vez redireciona o usuário ao *site* “merkeldieeidbrecherin.com” e a uma postagem no *Facebook*. A imagem, por sua vez, contém os dizeres “Angela Merkel quebrou seu juramento pelo povo alemão!”. Para compreender o discurso das duas publicações citadas acima, é necessário apresentar o juramento de posse realizado pelos políticos que assumem o posto de chanceler da República Federativa da Alemanha:

Juro dedicar as minhas forças ao bem-estar do povo alemão, promover os seus proveitos, protegê-lo de danos, guardar e defender a Lei Fundamental e as leis da

Federação, cumprir conscienciosamente as minhas obrigações e ser justo para com todos. Assim Deus me valha (ALEMANHA, 1949, p. 53).

Assim, quando a AfD se refere à Merkel como “perjuradora” e afirma que ela quebrou o juramento pelo povo alemão, pode-se compreender que, segundo o partido, um ou mais dos aspectos do texto acima não são cumpridos pela chanceler. É importante frisar que, assim como no português, o termo *Eidbrecherin*, que aqui traduzo como perjuradora, não é de uso comum no cotidiano dos alemães. A palavra traz consigo um caráter jurídico, que busca reforçar a ideia de crime imputado à Chanceler. Ou seja: na visão do partido, Merkel não é apenas mentirosa ou anti-ética, mas sim criminosa.

Além da conotação ligada ao sistema penal, no entanto, ao afirmar que Merkel “quebra seu juramento pelo povo alemão”, o discurso assume também um caráter religioso. Ao não cumprir com o juramento de posse, que faz menção a Deus, Merkel, membro do partido cristão, estaria também “dando falso testemunho” e, dessa forma, atentando contra o 9o mandamento bíblico (BÍBLIA, A.T.) Assim, o sentido de “perjúrio” em um contexto religioso reforça o etnocentrismo inerente ao discurso do partido, o qual fica ainda mais claro na postagem do *Facebook* para a qual o *tweet* redireciona o usuário:

Figura 6: postagem no *Facebook*, à qual a figura 4 faz referência



AfD

16. September 2017 · 🌐



In einem Land, in dem Angela Merkel gut und gerne lebt, gibt es nach wie vor keine Grenzkontrollen. Daran ändert auch die Situation in vielen europäischen Ländern nichts, in denen die Menschen tagtäglich mit dem islamischen Terrorismus leben müssen, der seit Merkels Grenzöffnung 2015 Einzug in unser aller Leben gehalten hat.

Daten & Fakten hierzu finden Sie in den Medien nur versteckt - oder haben Sie mitbekommen, dass es neben dem gestrigen Anschlag in London noch zwei weitere gab?

In Chalons-sur-Saône, einer kleinen Stadt in Frankreich, ging ein Islamist unter "Allahu Akbar"-Rufen mit einer Axt auf zwei Frauen los: <http://www.mirror.co.uk/.../chalon-sur-saone-hammer-attack...>

Wiederum in Frankreich, diesmal in Paris, ereignete sich ein weiterer Zwischenfall - hier ging ein Täter zu Werke, der laut der deutschen Qualitätsmedien etwas "im Zusammenhang mit Allah" gesagt haben soll, als er einen Soldaten angriff. Politisch korrekt, 8 Tage vor der Bundestagswahl, taucht das altbekannte "Allahu Akbar" besser nicht mehr auf.

<https://www.merkur.de/.../terrorverdacht-nach...>

Weitere Infos und Fakten:

www.eidbrecherin.de **Weniger anzeigen**

Fonte: facebook.com/alternativ fuerde

Publicado no mesmo dia do *tweet*, o discurso da postagem no *Facebook* começa falando sobre o país em que Merkel vive “bem e com alegria”, em referência ao *slogan* utilizado na campanha da Chanceler, apesar do medo constante em que sua população vive devido à ameaça de “terrorismo islâmico”, consequência direta da abertura das fronteiras pela própria Merkel em 2015. A situação seria tão grave que teria se espalhado além da Alemanha, para toda a Europa. O texto prossegue citando dois casos de ataques terroristas que teriam

sido “ocultados pela grande mídia”: o primeiro em *Chalonne-sur-Saone*, uma pequena cidade na França, e outro em Paris. Ambos os casos teriam em comum a menção do criminoso a *Alá* no momento em que cometeram os crimes. A postagem encerra criticando o “politicamente correto” por esconder que os criminosos teriam na verdade falado “*Allahu Akbar*”¹⁶ na circunstância dos crimes.

Dessa forma, fica claro que o discurso da AfD acusa a Merkel de não cumprir com seu juramento porque, segundo o partido, ela não estaria “protegendo o povo alemão de danos”, uma vez que a abertura das fronteiras foi diretamente responsável por expor a população a riscos. Além disso, a crítica à prece islâmica “*Allahu Akbar*” reforça mais uma vez o etnocentrismo presente no discurso, que, conforme visto anteriormente, integra simultaneamente o caráter penal e religioso da FD analisada.

O etnocentrismo, o entendimento de que o povo alemão não seria suficientemente protegido por sua chanceler e o linguajar jurídico também aparecem no *tweet* abaixo:

Figura 7: *tweet* publicado no dia 05 de setembro de 2017



¹⁶ Declaração islâmica de fé que significa “Deus é maior” em árabe. Apesar de ser usada por muçulmanos como uma poderosa declaração em diversas orações e como forma de gratidão a Deus, a frase passou a ser estigmatizada, uma vez que constantemente aparecia na mídia como bordão pronunciado durante ataques terroristas de motivação islâmica (SULEIMAN, 2017).

No texto da publicação, lê-se “Depois que a balança se inclina — o que se perde a seguir? #SemanaComemorativa #AfD #TenhaCoragemAlemanha”. Já na imagem, lê-se “O senso de justiça de Merkel”, e logo abaixo uma balança com “refugiados” do lado esquerdo e “alemães” do lado direito. Muito mais do que no texto, o cerne do discurso nesta publicação está na ilustração. Ao lado de Merkel, vê-se uma balança indicando maior peso ou, neste caso, importância a refugiados do que a alemães. As figuras escolhidas para representar os refugiados estão todas vestidas com roupas estereotipadas e que não refletem a diversidade do mundo islâmico. Já os personagens que representam os alemães são todos brancos, embora 11,1 milhões de alemães (STATISTISCHES BUNDESAMT, 2020) sejam descendentes de imigrantes, e com vestes sociais. A imagem busca transmitir a ideia de que a Chanceler se importa muito mais com os refugiados do que com os alemães, principalmente no que diz respeito a segurança. Mais do que isso: o uso da palavra “justiça” implica que os alemães seriam os grandes injustiçados pela política de abertura de fronteiras.

O termo *Gerechtigkeit*, traduzido como justiça em português, também carrega consigo um caráter altamente religioso. Conforme afirma Crüsemann (2003) retomado por Mette (2016): “Se alguém quiser resumir tudo o que a Bíblia tem a dizer sobre Deus e o homem em uma única palavra, apenas o conceito de justiça entra em questão” (p.52 *apud* p. 7). Mette explica que o entendimento de justiça no Antigo Testamento possui origem no termo hebreu *zedaka*, o qual se refere a “uma ação que retifica aquilo que entrou em desordem e, portanto, é errado, ou seja, que faz justiça neste sentido” (ibid. p. 7). Neste contexto, o critério para se diferenciar entre certo e errado é saber se trata-se de algo que prejudica ou serve à comunidade. Em suma, justiça significa lealdade à comunidade (METTE, 2016).

Dessa forma, quando a AfD afirma que o senso de justiça de Merkel prioriza uma comunidade islâmica em prol da comunidade cristã que representa, o discurso traz novamente uma conotação religiosa. Em outras palavras, Merkel negligencia a própria origem cristã de seu partido ao escolher proteger aqueles que ameaçam seu povo. Aqui, mais uma vez fica evidente a combinação da retórica jurídica com a religiosa nos discursos de críticas à chanceler.

Para a AfD, porém, Merkel não é responsável por colocar apenas os alemães em risco, mas sim toda a população, de origem europeia, de todo o continente. Essa intenção é notória na publicação abaixo:

Figura 8: *tweet* publicado no dia 15 de setembro de 2017



Fonte: twitter.com/afd

Figura 9: imagem completa do *tweet* da figura 6



Fonte: twitter.com/afd

O texto da publicação diz “Se nos tornarmos a segunda bancada mais forte no parlamento, a política de asilo fatal de Merkel chegará ao fim! #Londres #AfD #Eleições2017”. Já a imagem contém a frase “Acabe com a política de Merkel, faça a AfD o segundo partido mais forte!”. O desejo de ser o segundo partido mais forte, e não o primeiro, demonstra não apenas a resignação em relação à influência do CDU, mas também a conotação de partido essencialmente de oposição. Ou seja: o interesse da AfD está muito mais em contestar políticas já existentes do que em criar as próprias.

Já a ilustração, traz uma bandeira do Reino Unido que é exibida queimando o que, à primeira vista, parece fora de contexto. A postagem no *Facebook* para a qual o *tweet* redireciona, no entanto, traz mais coerência para a publicação:

Figura 10: postagem no *Facebook*, à qual a figura 6 faz referência

 AfD
15. September 2017 · 🌐

+++Trau Dich Deutschland: Beitrag teilen und die AfD zur zweitstärksten Kraft im Bundestag machen!+++

In mittlerweile fast regelmäßigen Abständen erreichen uns Meldungen über Anschläge auf europäischem Boden. Auch heute wurden in London wieder 18 Menschen bei einem Bombenanschlag zum Teil schwer verletzt, darunter ein 10jähriges Kind. Zur Zeit sucht die Polizei nach einer zweiten Bombe.

Vor dem September 2015 gab es solche Meldungen nicht im heutigen Ausmaß. Die Sicherheit der Menschen in Europa sinkt seitdem rapide, doch ein Einlenken Merkels ist nicht in Sicht. Deutschlands Grenzen sind nach wie vor offen, Merkel will auch weiterhin Einwanderer-"Kontingente" aufnehmen. Der Familiennachzug wird kommen, weitere 2 Millionen Migranten sind zu erwarten.

Wenn Du also nicht nur etwas für Deine, sondern auch für die Freiheit und Sicherheit Deutschlands und Europas tun willst, dann wähle am 24.09. die AfD! Wenn wir zweitstärkste Kraft im Bundestag werden, hat die fatale Asylpolitik Merkels ein Ende!

Darüber hinaus kannst Du uns schon jetzt unterstützen, indem Du diese Grafik teilst!

<http://www.dailymail.co.uk/.../Explosion-underground...> Weniger anzeigen

Fonte: facebook.com/alternativ fuerde

O texto trata de um ataque a bomba em Londres, o qual teria deixado 18 pessoas feridas e seria apenas mais um dos casos regulares de ataques semelhantes. O trecho seguinte, porém, é o que chama mais atenção: “Antes de setembro de 2015, não havia casos desse tipo na escala atual. Desde então, a segurança das pessoas na Europa diminuiu rapidamente, mas a rendição de Merkel não está à vista. As fronteiras da Alemanha ainda estão abertas, Merkel quer continuar a aceitar ‘contingentes’ de imigrantes. O reagrupamento familiar virá e outros dois milhões de imigrantes são esperados. Portanto, se você deseja fazer algo não apenas por você, mas também pela liberdade e segurança da Alemanha e da Europa, vote na AfD! Se nos tornarmos a segunda bancada mais forte do Bundestag, a política de asilo fatal de Merkel acabará!”.

Aqui, percebe-se mais uma vez a tentativa de culpar Merkel pela onda de terror em toda a Europa. Além disso, fica claro que apenas a AfD poderia salvar não só a Alemanha, mas todo o continente. Assim, aplicando o que Mussalim (2001) chama de sinonímia e paráfrase em AD, o discurso da AfD em relação a Merkel e a abertura de fronteiras pode ser resumido como: A Merkel é uma ameaça à Alemanha e à Europa. A AfD é a solução.

A questão principal que surge a partir dessa sentença é: como a AfD é a solução? Uma das poucas publicações que fazem menção a algum tipo de política para combater a “ameaça” do governo de Angela Merkel é a seguinte:

Figura 11: *tweet* publicado no dia 31 de agosto de 2017



Fonte: twitter.com/afd

Acima da foto de Alice Weidel, então uma das principais candidatas do partido, pode-se ler o texto “Precisamos de uma lei de imigração razoável e devemos distinguir entre a lei de asilo e política de imigração”. Assim, mesmo uma das únicas menções a estratégias de enfrentamento à ameaça da abertura das fronteiras é vaga e não demonstra de fato a solução proposta. A única coisa que fica clara a partir da citação de Weidel é a separação de estrangeiros em duas categorias: refugiados, normalmente de origem islâmica, e imigrantes “aceitos”, ou seja, pessoas de origem não árabe.

Essa separação se torna ainda mais intrigante ao se analisar a história da candidata em questão. Conforme relata Mudde (2019):

Weidel é possivelmente a líder de ultra-direita mais atípica dos dias de hoje: mulher e lésbica, [...] ela fala mandarim e mora parte do tempo em outro país (na Suíça) com sua parceira não-branca, nascida no Sri Lanka, e com seus dois filhos adotivos” (MUDDE, 2019, p. 75).

A vida pessoal de Weidel revela um aspecto interessante sobre a visão da *Alternative* sobre imigrantes: contanto que não sejam de origem islâmica e que aceitem se integrar à sociedade alemã, eles ainda podem ser admitidos dentro da comunidade. Ainda segundo Mudde (2019), trata-se da “escolha” imposta a estrangeiros de acordo com as convicções nativistas: assimilar-se à cultura da “pátria mãe” ou deportação. Curiosamente, o próprio casamento homossexual poderia, neste caso, ser compreendido como elemento de assimilação, uma vez que simboliza a libertação dos valores supostamente tradicionais de culturas não ocidentais e a integração aos valores liberais que caracterizam a sociedade alemã.

Enquanto a contraditória postagem acima não apresenta soluções reais para o “problema” da imigração, porém, em outra postagem que trata especificamente das políticas de asilo o partido é um pouco mais específico em relação às ações que pretende tomar:

Figura 12: imagem de *tweet* publicado no dia 30 de agosto de 2017



Fonte: twitter.com/afd

Embora o destaque da imagem esteja na fala do passarinho, que agradece pelos 70.000 seguidores, o texto também lista elementos do “conceito de asilo da AfD”. São eles: “Fechamento das rotas do Mar Mediterrâneo!”; “Retomar o controle!”; “Nomear Representante Especial da UE: Estabelecer zonas de proteção perto do país de origem!”; “acabar com o transporte ilegal de pessoas [para dentro da UE]!”; “Mandar de volta indivíduos que entraram ilegalmente no país pedindo por asilo!”; “Retomada do controle nas fronteiras!”; “Ajudar pessoas em busca de proteção - sem desestabilizar a Alemanha!”. Mesmo que um pouco mais específicas, o partido ainda não explica como pretende colocar em prática as soluções sugeridas, além de fugir de seu escopo de atuação ao citar políticas que dependeriam de colaboração da União Europeia como um todo.

Quando falamos de “soluções” efetivas propostas pela AfD, porém, apesar de não existirem explicações precisas nos *tweets* do partido, a única sugestão realmente concreta oferecida vem quase três anos após as eleições, em fevereiro de 2020. Sem saber que estava sendo gravado, o então membro do partido Christian Lüth afirmou que a melhor forma de lidar com imigrantes seria “atirar em todos eles” ou então utilizar “gaseamento”, em referência às câmaras de gás amplamente utilizadas durante a Segunda Guerra Mundial (DW, 2020c).

Tanto nos *tweets* quanto na fala de Christian Lüth, fica claro a predominância da etnocracia e da islamofobia, citadas anteriormente neste trabalho como elementos característicos do nativismo. Este último, por sua vez, é considerado por Mudde (2019) como um dos três atributos mais simbólicos da FD de onde partem os discursos dos partidos populistas radicais de direita do século XXI. Ainda segundo Mudde (ibid.), o nativismo se relaciona diretamente com outra temática pela qual “grupos de extrema direita são obcecados” (p.33): segurança.

A relação do nativismo com a preocupação exacerbada com segurança ocorre porque “para a ultra-direita, o crime é, antes de mais nada, um problema ‘estrangeiro’, no sentido de que ela [a ultra-direita] foca quase exclusivamente em (supostos) crimes cometidos por não-nativos” (MUDDE, 2019, p.33). É o caso da publicação abaixo:

Figura 13: imagem de *tweet* publicado no dia 02 de setembro 2017



Fonte: twitter.com/afd

Sobre a imagem de um caminhão com um mercado de natal refletido no vidro, em referência ao ataque terrorista ocorrido em Berlim em 2016, em que um motorista invadiu uma feira de natal com um caminhão deixando 12 pessoas mortas (EDDY; SMALE, 2016), lê-se “Dezenas de terroristas entraram na Alemanha como ‘refugiados’! Este é um país em que você vive bem e com alegria?”, mais uma vez repetindo o *slogan* de campanha usado por Merkel. O discurso presente no *tweet* insinua não apenas que todos os refugiados são terroristas, mas também que todos entraram na Alemanha não por estarem fugindo de guerras ou outras ameaças, mas sim para espalhar o terror.

A composição da ilustração também chama a atenção. O fogo, remetendo a uma explosão, e a mancha de sangue em primeiro plano contribuem para a construção do tom ameaçador e violento. O zíper aberto, por sua vez, alude a abertura das fronteiras, uma vez que o caminhão, utilizado no atentado de Berlim, só pode ser visto justamente após o fecheleir ser aberto. Ou seja: a abertura da fronteira para refugiados é justamente o que permite que ataques terroristas ocorram, trazendo consigo uma atmosfera constante de ameaça para a sociedade alemã.

Essa preocupação com segurança, porém, se reflete não apenas em referências a ataques terroristas, mas também em menções a crimes mais “comuns”. É o caso do *tweet* abaixo:

Figura 14: *tweet* publicado no dia 03 de setembro de 2017



Fonte: twitter.com/afd

Figura 15: imagem completa do *tweet* da figura 14



Fonte: twitter.com/afd

No texto da imagem se lê “Correr em um país onde você gosta de viver bem? Somente com *spray* de pimenta, curso de defesa pessoal e de forma alguma sozinha!”. O caráter nativista, embora não esteja explícito na imagem, está presente no discurso do *tweet*: “A Alemanha está mudando e, ao contrário de alguns partidos, não podemos ficar felizes com isso”. A mudança citada no discurso se refere à abertura das fronteiras em 2015 e “alguns partidos” se refere ao CDU, partido de Merkel e ao SPD, aliado ao CDU na coalizão que forma o governo.

Mais uma vez, a composição da ilustração contribui significativamente para a construção de sentido no *tweet*. A mulher loira, tal qual os “verdadeiros alemães”, e aparentemente saudável praticando esportes em meio a natureza parece, a princípio, uma situação tranquila e cotidiana. O tom ameaçador da imagem parece ser expressado apenas nas manchas de sangue que cobrem a letra “o”. O intuito parece ser mostrar que momentos de serenidade e bem-estar não podem existir enquanto a ameaça “estrangeira” ainda estiver infiltrada em meio a sociedade alemã.

O caráter nativista aliado à preocupação com segurança, porém, nem sempre é tratado de forma subentendida. É o caso da publicação abaixo:

Figura 16: *tweet* publicado no dia 05 de setembro de 2017



Fonte: twitter.com/afd

Na imagem da publicação lê-se “Deportação expressa em 24 horas”. A afirmação é melhor contextualizada na frase do *tweet*, que diz: “Candidata principal da #AfD, Dra. Alice Weidel, exige uma repressão rigorosa às agressões sexuais cometidas por migrantes”. Dois aspectos chamam a atenção na publicação: o enorme destaque para “deportação expressa” e a menção a crimes sexuais cometidos exclusivamente por migrantes. O primeiro deixa claro que o objetivo é chamar a atenção do eleitor muito mais pelo sensacionalismo da aversão a imigrantes do que pela preocupação com a segurança em si, uma vez que à primeira vista a justificativa para a expatriação pode até passar despercebida. O segundo, por conseguinte, reforça ainda mais a noção do crime como um problema quase exclusivamente “estrangeiro”, visto que ignora a possibilidade de que crimes sexuais também sejam cometidos por alemães, os “nativos”.

Um outro elemento que se destaca no discurso é a menção unicamente a crimes sexuais. Essa percepção dos estrangeiros como “predadores hipersexuais” (MUDDE, 2019, p. 151), é elemento característico do que Stanley (2018) chama de “Ansiedade Sexual (p.102), uma das particularidades da política radical de direita. O autor relembra que, após a Primeira Guerra Mundial, uma histeria coletiva se espalhou pela Alemanha em relação aos soldados africanos que serviam nas tropas francesas. A propaganda alemã espalhava notícias falsas traduzidas para quase todas as línguas europeias sobre o suposto estupro em massa de mulheres alemãs por soldados negros. Anos após, Hitler expandiu a conspiração ao afirmar que tudo se tratava de um plano de judeus que “usaria soldados negros para violar mulheres arianas puras como meio de destruir a raça branca” (ibid, p.103).

O que a política da ansiedade sexual na Alemanha da década de 20, na Alemanha hitlerista e na Alemanha do século XXI têm em comum é que, em todos os casos, ela funciona como uma maneira de contornar ataques explícitos a liberdade. Segundo Stanley (2018):

A política de ansiedade sexual [...] é uma maneira de atacar e minar os ideias da democracia liberal sem ser vista explicitamente como um ataque. Ao empregar a política da ansiedade sexual, um líder político apresenta, ainda que indiretamente, a liberdade e a igualdade como ameaças (STANLEY, 2018, p.110).

A caracterização do crime como elemento exclusivamente não nativo se repete no *tweet* abaixo, que não faz menção apenas a “criminalidade”, mas sim especificamente à criminalidade estrangeira:

Figura 17: *tweet* publicado no dia 20 de setembro de 2017



Fonte: twitter.com/afd

Figura 18: imagem completa do *tweet* da figura 14



Fonte: twitter.com/afd

Na imagem lê-se “Pontos importantes do nosso programa eleitoral. Luta eficaz contra a criminalidade estrangeira”. Aqui, bem como no *tweet* da figura 13, é interessante observar a intensificação do caráter nativista do discurso, uma vez que não há mais a diferenciação entre “refugiados” e “imigrantes”, tal como observado na figura nove. No texto do *tweet*, por sua vez, lê-se “A proteção da população deve enfim receber novamente a máxima prioridade na

Alemanha”. Quando os termos “população” e “estrangeiros” são colocados em contraste no discurso, fica claro que, para a AfD, imigrantes, independente da origem, não são considerados parte da população da Alemanha e, por isso, não têm direito a políticas de proteção.

Um outro aspecto do discurso também se sobressai. A palavra *Ausländer*, aqui traduzida como “estrangeira”, possui conotação negativa no contexto alemão. O termo politicamente correto, sobretudo para uso político, seria *Menschen mit Migrationshintergrund*, ou “pessoas com histórico de migração” em português. A opção pelo vocábulo “*Ausländer*” salienta que o discurso se refere a pessoas que definitivamente não fazem parte da sociedade alemã, além de reforçar a não conformidade da *Alternative* com o que se espera de um discurso politicamente correto. A segregação entre *Ausländer* e alemães também é notória na publicação abaixo.

Figura 19: imagem de *tweet* publicado no dia 20 de setembro de 2017



Fonte: twitter.com/afd

O texto da imagem clama “Por um país em que nós **alemães** possamos viver bem e felizes”. Mais uma vez, a ênfase em “alemães” evidencia a visão do partido que estrangeiros devem ser negados de direitos que garantam uma vida “boa e feliz”. Aqui, é importante enfatizar, porém, que o conceito de “estrangeiro” é bastante subjetivo, pois “na visão da ultra-direita, o indivíduo não é nativo simplesmente porque tem a cidadania de um país. Na verdade, muitos dos chamados ‘estrangeiros’ são nascidos e criados no país ‘nativo’, apesar de serem falsamente chamados de imigrantes” (MUDDE, 2019, p. 32).

Ao clamar por uma “Alemanha para os alemães”, o discurso também remete ao bordão neonazista “*Deutschland den Deutschen, Ausländer raus*”, traduzido como “Alemanha para os alemães, estrangeiros fora”. Um dos usos mais emblemáticos da frase supremacista ocorreu em 1992, no primeiro grande ato neonazista ocorrido na Alemanha reunificada após o fim da Segunda Guerra. Entre 22 e 25 de agosto, um grupo de extremistas de direita incendiou um alojamento para requerentes de asilo e atacou os moradores do local enquanto gritava acusações racistas, entre elas “*Deutschland den Deutschen, Ausländer raus*” (MAUERSBERGER, 2018).

Assim, o texto do discurso transforma o *slogan* de campanha de Merkel, “*Für ein Deutschland, in dem wir gut und gerne leben*” ou “Por uma Alemanha, em que nós vivamos bem e felizes” (SPIEGEL, 2017) em um discurso com caráter altamente racista. Afinal, conforme visto nas publicações anteriores, a Alemanha com que sonha a AfD não se trata de uma Alemanha para os mais de 11,1 milhões de alemães (STATISTISCHES BUNDESAMT, 2020) descendentes de imigrantes, mas sim de uma Alemanha branca e “pura”, semelhante ao sonho nazista encabeçado por Hitler.

Engesser et al. (2017) explicam que outro tema comum nos discursos que caracterizam a AfD de partidos populistas radicais de direita nas mídias sociais é o ataque às elites. Segundo os autores, essa elite pode estar em diversos segmentos da sociedade, como na política e na grande mídia. Esse é o caso não só das publicações com críticas a Merkel, conforme observado anteriormente, mas também de *tweets* como:

Figura 20: imagem de *tweet* publicado no dia 11 de setembro de 2017



Fonte: twitter.com/afd

Na parte de cima da imagem, lê-se “Não espalhe por aí! Christian Lindner-Rosenfeld, modelo amador de roupas íntimas e presumivelmente o único membro do FDP, não só se apaixona por si mesmo a cada 11 minutos, mas também é casado com a editora-chefe substituta do *Welt/N24*¹⁷, Dagmar Rosenfeld-Lindner”. Os comentários sobre Lindner se referem à campanha *offline* do FDP, que focou quase exclusivamente em espalhar pela Alemanha mais de 6000 cartazes com fotos do líder do partido liberal tiradas pelo famoso fotógrafo de celebridades Olaf Heine (PENTZ, 2017).

Já o texto em destaque diz “Christian Lindner — Repensando. O jornalismo. ‘Publicaçãozinha’ primeiro, decência em segundo!”. Percebe-se no *tweet* um ataque muito mais pessoal, sem o menor enfoque em críticas políticas, mas apenas ofensas direcionadas, tanto a Christian, que no caso seria representante da elite política, quanto a sua esposa, representante da elite midiática. Assim, a postagem busca desacreditar tanto o jornal, ao pressupor que a relação de Lindner com a editora chefe afetaria o compromisso do *Welt* com a veracidade dos fatos, quanto o próprio candidato, ao deixar subentendido que sua vaidade seria maior que sua preocupação com o povo alemão.

A tentativa de caracterizar adversários políticos como “elite” fica ainda mais evidente na publicação abaixo, que traz mais uma crítica a Merkel:

¹⁷ Grupo jornalístico presente na televisão e *online*. Em 2018 passou a se chamar apenas *Welt* (WELT, 2017).

Figura 21: imagem de *tweet* publicado no dia 12 de setembro de 2017



Fonte: twitter.com/afd

O texto em destaque na imagem diz “Aumento de salários parlamentares em 30%”, seguido por “**A Chanceler de luxo**: enquanto **você tem sempre menos dinheiro** na carteira, durante o mandato de Merkel os salários de políticos aumentaram **em 30%**”. O discurso presente na imagem evidencia a dicotomia entre “Chanceler de luxo” e “você”, o cidadão normal com pouco dinheiro na carteira, ou seja, “elite” *versus* “povo”. Essa separação representa precisamente o que Berbuir, Lewandowsky e Siri (2015) descrevem como “o cerne do populismo”, o qual “reside em uma compreensão antagônica da distribuição de poder entre o povo e as elites políticas” (p.156).

Na publicação a seguir, também fica clara a intenção da *Alternative* de representar o *establishment* político e midiático como “rival” do povo:

Figura 22: imagem de *tweet* publicado no dia 28 de agosto de 2017



Fonte: twitter.com/afd

O texto da publicação traduz-se como “Merkel manipula os duelos de televisão! Compartilhem esse post para mostrar o cartão vermelho para os canais ARD/ZDF, submissos à Merkel: AfD deve participar do duelo de televisão!”. Já na imagem, lê-se “Compartilhe agora pela AfD como a única verdadeira voz da Alemanha!”. Aqui, dois aspectos do discurso se sobressaem. O primeiro é a acusação de que Merkel e os canais públicos de televisão ARD e ZDF, ambos membros da elite que controla a divulgação de informação na Alemanha, estariam empenhados em esconder do povo a voz da AfD. Trata-se de um exemplo do que Ernst et al. (2017) descobriram em sua análise sobre o uso das mídias sociais por atores populistas. Segundo os autores, “a comunicação populista é usada principalmente para atacar e desacreditar a elite política por meio de uma defesa simultânea do povo” (p. 1358).

Já o segundo aspecto diz respeito justamente à frase “AfD como a única verdadeira voz da Alemanha”. Fica claro nesta afirmação que a AfD de qual parte este discurso é fortemente atravessada pelo populismo. Conforme explicam Ernst et. al., “O ator populista afirma representar a vontade do povo, atua como seu único representante verdadeiro e mantém um relacionamento próximo com o povo” (2017, p. 1349). Além disso, o pedido para que o leitor compartilhe a mensagem populista ressalta a importância que as mídias sociais têm para a estratégia de comunicação da AfD.

Dessa forma, fica claro que, ao representar as “elites” como inimigas do povo, a AfD se coloca como aliada à nação, e como o único partido com coragem para desafiar o *establishment*. Esse elemento do discurso também se sobressai na publicação abaixo:

Figura 23: *tweet* publicado no dia 11 de setembro de 2017



Fonte: twitter.com/afd

No texto do *tweet* lê-se “Faça como o Prof. Max Otte¹⁸ e nade contra a corrente! #TenhaCoragemAlemanha: juntos para tornar a AfD líder da oposição”. Já a imagem, contém o texto “Vote na AfD para líder da oposição!”. Tanto o discurso, com ênfase em “nadar contra a corrente” quanto a ilustração, com um peixe grande desafiando os demais, reforçam a ideia de que o partido seria o único capaz de desafiar a elite, que seria a grande culpada pelas mazelas enfrentadas pelo povo. Conforme explica Mudde (2019), este tipo de apelo soa atrativo sobretudo para “trabalhadores brancos que se sentem cada vez mais abandonados, se não completamente traídos, por partidos sociais democratas” (p.79). Essa concepção de partido defensor dos trabalhadores prejudicados pelo *establishment* fica ainda mais notória na postagem abaixo, que novamente traz críticas à Chanceler:

Figura 24: imagem de *tweet* publicado no dia 13 de setembro de 2017

¹⁸ Membro do CDU desde 1991 que, também por meio de um *tweet*, chamou Angela Merkel de “não votável” e declarou voto à AfD (OTTE, 2017).



Fonte: twitter.com/afd

O texto da imagem começa com “12 anos de [mandato da] Merkel: menos dinheiro — por mais trabalho” e segue com “mais mini empregos¹⁹ e empregos de meio período +32%”. Além de não apresentar fontes que comprovem a denúncia, o discurso imputa à Merkel toda a culpa pela piora da situação econômica do trabalhador. O tom populista também fica claro nas ilustrações utilizadas na publicação. Em destaque uma foto da Chanceler como se estivesse em chamas, reforçando o tom acusatório e um tanto agressivo. Mais abaixo, fotos de *pallets*, objetos usados para o transporte de materiais e que, no contexto, têm o objetivo de reforçar a identificação da classe trabalhadora, sobretudo a que ganha salários menores, com a postagem.

Esse esforço em se comunicar com a classe trabalhadora é reconhecido pelo próprio partido na publicação abaixo:

Figura 25: *tweet* publicado no dia 18 de setembro de 2017

¹⁹ Um *Minijob* é uma relação de trabalho em que há um limite máximo legal de remuneração de 450 euros por mês (DEUTSCHER GEWERKSCHAFTSBUND, 2020).



Fonte: twitter.com/afd

No texto da publicação lê-se “O novo partido dos trabalhadores: 24% dos eleitores da #AfD fazem parte de um sindicato, no SPD são apenas 19%”, e segue com o compartilhamento de uma notícia com o título “O declínio sem precedentes do SPD”. A divulgação da notícia, publicada pelo mesmo veículo que teve sua credibilidade questionada pelo partido no *tweet* da figura 17, destaca ainda mais a intenção de atingir a classe trabalhadora. A efetividade da estratégia é comprovada não apenas pelas estatísticas divulgadas no corpo da postagem, mas também pelo elevado número de interações: 244 compartilhamentos e 493 curtidas.

Um tema comum da FD de partidos populistas radicais de direita europeus (MUDDE, 2019) que surpreendeu por não ocupar um lugar de destaque no discurso da *Alternative* é o euroceticismo. Apesar de ter nascido como um partido caracterizado pelo euroceticismo “suave”²⁰ (ARZHEIMER, 2015) que se opunha ao euro como moeda comum (ART, 2018), o tema só é mencionado de forma relevante em dois *tweets*:

²⁰ “O euroceticismo ‘suave’ não se opõe à integração europeia em si, mas rejeita o estado atual da política europeia, bem como a trajetória para uma ‘união cada vez mais estreita’” (ARZHEIMER, 2015, p. 537).

Figura 26: imagem de *tweet* publicado no dia 10 de setembro de 2017



Fonte: twitter.com/afd

O texto diz “Economista britânico Bootle no jornal ‘*Neue Zürcher Zeitung*’: a Europa não precisa de uma moeda em comum. Acabem com o experimento do Euro!”. É interessante observar que a citação atribuída ao economista na verdade não aparece nenhuma vez no artigo de jornal mencionado. O foco da reportagem sobre Roger Bootle é nos possíveis benefícios econômicos que o Reino Unido, que nunca adotou o Euro como moeda (COUTELLE, 2018), poderia ter após optar por deixar a União Europeia. Apesar de chegar a fazer críticas ao Euro, o argumento do economista se baseia em países que enfrentaram crises econômicas graves, como Grécia e Itália (GRUNDLEHNER, 2017). Assim, o discurso da AfD manipula o leitor, ao alterar a fala de Bootle para que embase a opinião do próprio partido, em especial de Frauke Petry, parlamentar cuja foto aparece na imagem.

O segundo *tweet* com conteúdo eurocético não foca na moeda em comum, mas sim na União Europeia como um todo, além de trazer novamente críticas à Merkel:

Figura 27: *tweet* publicado no dia 03 de setembro de 2017



Fonte: twitter.com/afd

No texto do *tweet* lê-se “Merkel quer menos Alemanha e mais UE. Ela apoia fronteiras abertas, menor segurança e mais fardos irracionais. #DueloNaTv”. Já na imagem, consta o texto “A UE é mais importante para a Merkel do que a Alemanha”. O primeiro aspecto que chama atenção no discurso é como ele, mais uma vez, reforça a imagem da Alemanha, ou mais especificamente dos alemães, como vítimas da elite política, representadas aqui pela figura da Merkel e da própria União Europeia. Além disso, o partido imputa agora a culpa pelas fronteiras abertas e a consequente diminuição da segurança não só à Chanceler alemã, mas também a UE como um todo. Dessa forma, o que infere-se do discurso aqui é “a identidade e a segurança alemãs são ameaçadas pelo *establishment* político representado por Merkel e pela UE, que priorizam políticas de imigração”.

Por fim, uma frase em específico chama a atenção por ser usada quase como *slogan* de campanha, aparecendo em diversas publicações e usada como *hashtag*. Trata-se da frase em destaque na publicação abaixo:

Figura 28: imagem de *tweet* publicado no dia 28 de agosto de 2017



Fonte: twitter.com/afd

A frase “Tenha coragem Alemanha” é um excelente resumo dos aspectos que caracterizam a FD da *Alternative*. Em 350 a.c., Aristóteles afirmava que a virtude da coragem deve ser entendida como um fim em si mesma e um meio para um bem mais amplo. Para ele, a coragem era necessária para a realização de todas os outros atos de nobreza (LACHMAN, 2007). Embora o filósofo se referisse à coragem física necessária para a guerra, as semelhanças com o sentido presente no discurso da AfD são evidentes, uma vez que o partido se vê como representante de uma verdadeira batalha pelo povo alemão.

Ao se considerar como o grande protagonista na luta contra um *establishment* supostamente egocêntrico e corrupto, a *Alternative* enxerga a ruptura com o sistema com o bem mais amplo a ser atingido. Na outra frente da guerra, a batalha contra o politicamente correto, a AfD se denomina como a única entidade comprometida com a verdade “nua e crua”, ainda que ofensiva. Trata-se da irreverência como virtude.

Ao convocar o povo a ter coragem, porém, a *Alternative* também torna o povo parte da batalha que enfrenta. Aplicando novamente a sinonímia e a paráfrase de Mussalim (2001), temos como equivalente “Não tenha medo, Alemanha”. Assim como em uma guerra, o medo é tema constante do discurso. Ele aparece na ameaça do governo de uma Chanceler que não cuida da própria nação e no risco iminente de um ataque terrorista ou crime sexual que podem ser causados pelos milhões de refugiados que entraram na Alemanha para espalhar o caos. Está também no temor constante da falta de dinheiro, provocada ao mesmo tempo pela ganância das elites e pela moeda comum na União Europeia.

O discurso baseado no medo não é novidade na política alemã. Em *Mein Kampf*, o próprio Hitler deixa claro que “o objetivo da propaganda é substituir o argumento fundamentado na esfera pública por medos e paixões irracionais” (STANLEY, 2018, p.50). Ao apresentar os judeus como ameaça à lei e à ordem, os nazistas tiveram sucesso em semear

o medo do grupo minoritário dentre o *Volk*, ou seja, dentre o verdadeiro povo alemão que já não podia viver em segurança (ibid.)

A retórica do medo também não é inovadora dentro do discurso de atores populistas do século XXI. O próprio Steve Bannon, o “homem-orquestra do populismo americano” (EMPOLI, 2019, p.13), afirma em 2018 que “a raiva e o medo é o que leva as pessoas às urnas” (STANLEY, 2018, p.50). Sobre esta política do medo tão presente nos discursos de populistas radicais de direita, a autora Ruth Wodak (2015) escreve:

Cada crise contribui para tais cenários, como pode ser observado no que diz respeito à crise financeira e à crise do euro. Em tais situações de crise, tanto a política quanto a mídia tendem a reduzir processos históricos complexos a instantâneos que permitem construir e desencadear dicotomias maniqueístas - amigos e inimigos, perpetradores e vítimas, e assim por diante. Conforme argumentado por Murray Edelman em seu livro seminal *The Symbolic Uses of Politics* (1967), as crises são promovidas para servir aos interesses de líderes políticos e outros grupos de interesse que certamente se beneficiarão de tais definições (por exemplo, Altheide 2002, 12). Somos, portanto, confrontados por uma contingência de fatores que servem para facilitar perspectivas dicotomistas, criar bodes expiatórios e fazer o jogo de partidos populistas de direita: cenários de ameaça tradicionais e novos, crises reais e exageradas, bem como horror e narrativas morais relacionadas, reais e questões exageradas de segurança, reportagens da mídia que reproduzem cenários de medo e partidos políticos que instrumentalizam todos esses fatores para legitimar políticas excludentes. É evidente que todos esses fatores estão relacionados entre si: que são, de fato, interdependentes (WODAK, 2015, p. 5).

Embora a palavra “fascismo” tenha sido evitada ao longo deste trabalho, a definição de Stanley sobre o papel do medo na política fascista apresenta uma boa definição da estratégia por trás do discurso da AfD. Segundo ele:

A política fascista substitui o debate fundamentado por medo e raiva. Quando é bem-sucedida, seu público fica com uma sensação de perda e desestabilização, um poço de desconfiança e raiva contra aqueles que, segundo foi dito, são responsáveis por essa perda. A política fascista troca a realidade pelos pronunciamentos de um único indivíduo, ou talvez de um partido político.” (STANLEY, 2018, p.51).

9. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para que o desenvolvimento do presente estudo se tornasse objetivo em toda sua complexidade, fez-se necessário apresentar a definição de alguns termos que podem ser interpretados de formas diferentes dentro das ciências humanas. O primeiro deles, a direita política, foi definido de acordo com Bobbio (1996), que estabelece o anti-igualitarismo como

seu aspecto essencial. A partir disso, apresenta-se o conceito de “ultra-direita”, essencialmente hostil à democracia, e de seu subgrupo protagonista deste estudo, a direita radical, fundamentalmente oposta aos elementos que caracterizam a democracia liberal. A saber: direitos das minorias, Estado de direito e separação de poderes.

O último conceito definido, e também o mais polêmico dentro dos estudos sobre política, foi populismo. Aqui, foi utilizada a definição de Mudde e Kaltwasser (2017), que consideram o elemento chave da política populista como a separação da sociedade em duas entidades antagônicas: o povo puro e a elite corrupta. Uma vez definidos os termos essenciais, buscou-se traçar um histórico de movimentos de ultra-direita no contexto europeu e, sobretudo, alemão. Para isso, dividiu-se a história em dois momentos: o nazismo, desde a ascensão de Hitler até o estabelecimento do regime totalitário que matou 40 milhões de pessoas, e o pós-guerra.

O histórico de movimentos de ultra direita no pós-guerra é, segundo o cientista Klaus von Beyme (1988), dividido em três ondas. A primeira delas, o Neo-Fascismo, começou diretamente após o final da Segunda Guerra Mundial, em 1945, e durou até 1955. Sua principal característica era a forte rejeição de atores radicais de direita. Logo em seguida, entre 1955 e 1980, tem início a segunda onda, conhecida como a onda do Populismo de Direita. A terceira onda, por sua vez, tem início em 1980 e dura até o começo dos anos 2000, amparada por por pautas como desemprego e imigração em massa e pela queda da União Soviética. Segundo Mudde (2019), é durante esta onda que tem início a popularização da política radical de direita.

Com a chegada do século XXI, tem também início a quarta onda da ultra-direita, motivada por três grandes eventos mundiais: os ataques terroristas de 11 de setembro de 2001, a grande recessão econômica de 2008 e a entrada de milhões de refugiados na Europa em 2015. Conforme explica Mudde (2019), o que define esta onda é a normalização e aceitação do radicalismo de direita no cenário político. Além disso, os partidos que fazem parte dessa atual onda possuem três características essenciais: populismo, nativismo e autoritarismo.

A partir do histórico traçado, cumpre-se um dos objetivos deste trabalho: investigar as razões para o sucesso simultâneo de partidos populistas radicais de direita em diversos lugares do mundo. Neste contexto, duas explicações se sobressaem: a adoção de políticas de imigração e integração por atores políticos do *establishment* e o “espaço político”, ou seja, o

grau em que os partidos tradicionais, principalmente os de direita moderada, ocupam o terreno eleitoral da direita radical.

Conforme visto, o sucesso da AfD, terceira sigla mais votada nas eleições gerais de 2017, é especialmente surpreendente, uma vez que a Alemanha não contava com partidos radicais de direita relevantes desde o final da Segunda Guerra Mundial. Sendo assim, a explicação para o sucesso da *Alternative* está estritamente relacionada à sua história, já que o partido foi fundado como liberal conservador e se radicalizou apenas após se tornar conhecido por meio de resultados positivos em eleições estaduais.

A radicalização da AfD vem em 2015, sobretudo motivada pela entrada de mais de um milhão de refugiados na Alemanha. Ao adotar um tom profundamente xenofóbico em suas aparições públicas, o partido se tornou o único porta-voz dos alemães incomodados com a imigração em massa. É assim que, em 2017, a *Alternative* obteve seu surpreendente sucesso, conquistando 12,6% dos votos e se tornando o maior partido de oposição do parlamento. O que se observa, porém, é uma grande divisão regional nos votos obtidos pelo partido, que encontrou a maior parte dos seus apoiadores na parte do país que correspondia à antiga Alemanha Oriental. Todavia, o que se observa tanto no Leste quanto no Oeste é que o perfil do típico eleitor da AfD é constituído por homens de pouca escolaridade e amedrontados pela imigração em massa.

Como um estudo de comunicação, o grande enfoque deste trabalho está em compreender o papel das mídias digitais para o sucesso de populistas radicais de direita, evidentemente focando no caso da AfD. Desde de 1998, com o trabalho de Bimber (1998), já se observa na literatura a compreensão do potencial da *internet* de conduzir a retórica política em uma direção cada vez mais populista. Com o surgimento das redes sociais, a previsão do autor se concretiza, sobretudo devido a três características dessas plataformas: a ausência de *gatekeepers*, a conexão direta com o público e a interação com grupos específicos dentro das bolhas virtuais.

Conforme foi observado, no caso da AfD, a estratégia de comunicação nas redes foi tão importante para a campanha que seu sucesso não pode ser compreendido sem levar em conta o uso de mídias sociais pelo partido. A presença da *Alternative* nas plataformas sociais é delineada por três características essenciais: seu uso como mídia alternativa, o grande volume de mensagens e a manipulação do discurso por meio do uso de contas automatizadas. Embora

o *Facebook* seja o grande foco da comunicação *online* do partido, o uso do *Twitter* também merece destaque.

Frente ao protagonismo do *Facebook* na estratégia de mídias da AfD, sua presença no *Twitter* permanece pouco estudada, o que abre precedente para que este estudo seja utilizado como base para pesquisas futuras sobre o tema. Ainda assim, a força do partido na plataforma pode ser comprovada por meio de dados obtidos na literatura já existente. Serrano et. al. (2019) mostram que o partido é o mais ativo na rede de *microblogs* e que as postagens da *Alternative* foram retuitadas mais vezes do que a de todos os outros partidos somados e Hegelich (2018) complementa ao demonstrar que mais da metade das menções a partidos no dia das eleições foi direcionada à AfD. Com base nessas informações, atingiu-se o segundo objetivo específico deste trabalho, que se refere à compreensão do uso das redes sociais, sobretudo do *Twitter*, para a campanha da *Alternative*.

Uma vez traçado todo o referencial teórico que contribui para o entendimento do tema, o estudo passou para sua análise central, que buscou responder à pergunta fundamental que guiou a pesquisa. A saber: quais os principais temas e características presentes no discurso midiático da AfD, partido que se tornou um dos principais representantes do sucesso de populistas radicais de direita dentre as democracias ocidentais no século XXI? Para isso, utilizou-se como metodologia a Análise do Discurso de acordo com a escola francesa. Com base nos conceitos elaborados por autores franceses e interpretados por Orlandi (2009) e Mussalim (2001), buscou-se investigar as características predominantes da Formação Discursiva, conforme definida por Foucault (2008), de onde partem os discursos da *Alternative* no *Twitter*. Para isso, foram analisados 20 *posts* publicados durante o mês que antecedeu as eleições de 2017.

Conforme esperado, os *tweets* da AfD apresentam, no geral, retórica altamente populista, tanto em uma perspectiva de conteúdo dos discursos e escolha de palavras quanto no que tange aos temas abordados. Em relação às temáticas, uma em específico se sobressai: críticas à Angela Merkel. Na FD de onde partem os discursos direcionados à chanceler, o que se observou foi uma mistura de elementos jurídicos e religiosos, a começar pelo termo traduzido como “perjuradora”. De acordo com o que se observou, no contexto analisado, o vocábulo escolhido para se referir à Merkel carrega uma conotação de criminalidade e de falso testemunho perante Deus, características que ficam ainda mais claras ao se observar o juramento de posse de acordo com a constituição alemã. Também a menção ao “corrompido”

senso de justiça da chanceler fortalece o sentido de deturpação dos valores cristãos que deveriam guiar a líder da nação, eleita como representante do partido cristão.

Também verificou-se que os ataques à Merkel costumam aparecer aliados a discursos xenofóbicos, que tendem a apresentar-se disfarçados de preocupação com lei e ordem. Essa constatação não surpreende, uma vez que a literatura utilizada para a pesquisa já afirmava a obsessão de populistas radicais de direita com a segurança, tendo em vista que a criminalidade é considerada uma problemática essencialmente estrangeira e, portanto, agravada com a imigração. Na prática, o assunto aparece de duas formas diferentes: em menções a ataques terroristas de motivação islâmica e na alusão a crimes mais “ordinários”, sobretudo aqueles de caráter sexual. Em ambos os casos percebeu-se a tentativa de criar um cenário de constante ameaça, fruto da abertura das fronteiras para refugiados em 2015.

Ainda de acordo com o que se esperava observar como consequência do populismo da *Alternative*, observou-se a proeminência de conteúdos voltados para o ataque da “elite”. Na visão do partido, essa “elite” é constituída tanto por atores políticos do *establishment*, como a própria Merkel e o candidato liberal Christian Lindner, e pela mídia tradicional. O que ambos têm em comum é a tentativa de calar a suposta “verdadeira voz da Alemanha”, representada pela própria AfD. O caráter de partido a favor do “povo” também foi constatado nos discursos que buscam atender aos interesses da classe trabalhadora.

Devido à origem essencialmente eurocética e anti euro do partido, esperava-se encontrar um maior volume de conteúdo voltado para a temática. O que observou-se, porém, foi que esse assunto aparece de forma secundária, o que corrobora com a constatação da radicalização do partido a partir de 2015 e do foco cada vez mais xenofóbico. A radicalização também foi observada na presença de elementos que remetem a discursos essencialmente nazistas. É o caso do sonho de uma “Alemanha para os alemães” e da política do medo, que busca transformar argumentos lógicos em discussões fomentadas por temores e raivas irracionais direcionada ao estrangeiro.

Outros dois elementos que, conforme observou-se, permeiam o conjunto dos discursos, é a oposição ao “politicamente correto” e a caracterização da AfD como partido essencialmente de oposição. O primeiro aparece tanto na escolha de palavras, como “*Ausländer*”, quanto na suposta coragem de abordar a verdade livre de estigmas, denunciando, por exemplo, a ameaça estrangeira como ela realmente é. O segundo, por sua vez, está nas constantes menções ao objetivo de se tornar “o segundo partido mais forte do

parlamento”, bem como na prevalência de críticas à política já existente e nas escassas propostas de planos de governo.

Por fim, constatou-se que o *slogan* do partido, traduzido como “tenha coragem Alemanha”, carrega em si uma imensidão de significados que sumarizam o conteúdo dos discursos observados ao longo da análise. A começar pela compreensão do cenário político como uma guerra, que reflete o entendimento da *Alternative* como a única entidade que estaria ao lado do povo alemão. Assim como em uma batalha, a atmosfera de medo é profundamente explorada como forma de estimular a irracionalidade e a raiva do eleitorado. Conforme observado, essa retórica baseada no debate emocional é típica de políticas fascistas, que substituem a informação real pelo que é dito pelo próprio partido. Assim, a AfD é bem sucedida em convencer a população de que existe uma ameaça constante à segurança e aos valores do povo alemão, e de que tais mazelas só podem ser combatidas pela própria entidade que lhes diz a suposta verdade.

Com a análise proposta pelo presente estudo, espera-se contribuir para ampliar a literatura sobre a direita radical populista ao redor do mundo. Compreende-se que, ao se quebrar a barreira linguística que impedia o estudo do contexto alemão pela Academia brasileira, torna-se possível um entendimento maior da quarta onda da ultra-direita como fenômeno global. Assim, sugere-se que estudos futuros aprofundem-se em análises comparativas entre países para que, cada vez mais, se possa compreender os elementos que tornam a atual política fascista tão semelhante, mesmo quando observada em países com históricos e culturas tão diferentes.

Mais além, como comunicadora, a autora espera que, cada vez mais, seja estudada a forma como as mídias sociais influenciam o mundo real. A forma de se fazer política no século XXI mudou, e é responsabilidade da Academia compreender como esta mudança deve ser utilizada para construir uma sociedade cada vez mais comprometida com valores democráticos, progressistas e inclusivos. Além disso, espera-se que este estudo reforce o papel do conhecimento como forma de resistência e luta ao obscurantismo do novo movimento fascista que crescentemente se espalha, e almeja-se sua utilização como fonte para a construção de movimentos intelectuais e revolucionários dentro e fora dos espaços acadêmicos brasileiros.

10. BIBLIOGRAFIA

AFD-MANIFEST 2017. **Die Strategie der AfD für das Wahljahr 2017**, 22 December 2016. Disponível em: <<http://www.talk-republik.de/Rechtspopulismus/docs/03/AfD-Strategie-2017.pdf>>. Acesso em: 20. set. 2020.

ALEMANHA. **Grundgesetz (1949)**. Lei Fundamental da República Federal da Alemanha. Berlin: Deutscher Bundestag, 1949. Tradução por: Assis Mendonça.

ALMEIDA, Ronaldo de. Bolsonaro presidente: conservadorismo, evangelismo e a crise brasileira. **Novos estudos CEBRAP**, v. 38, n. 1, p. 185-213, 2019.

ALTERNATIVE für Deutschland. **Afd.de**. Wir sind die Alternative. Unser Corporate Design. Gestaltungs-Richtlinie für Druckerzeugnisse und Onlinemedien. Leitfaden für Erstellung unserer Werbemittel. Disponível em: <<https://www.afd.de/wp-content/uploads/sites/111/2017/03/AfD-Corporate-Design-14032017.pdf>>. Acesso em: 14 de nov. 2020.

AMANN, Melanie. AfD Accuses Google of Sabotaging Campaign. **Spiegel international**, 2017. Disponível em: <<https://www.spiegel.de/international/germany/afd-accuses-google-of-sabotaging-campaign-a-1168757.html>>. Acesso em: 06 de nov. 2020.

ART, David. The AfD and the end of containment in Germany?. **German Politics and Society**, v. 36, n. 2, p. 76-86, 2018.

ARZHEIMER, Kai; BERNING, Carl C. How the Alternative for Germany (AfD) and their voters veered to the radical right, 2013–2017. **Electoral Studies**, v. 60, p. 102040, 2019.

ARZHEIMER, Kai. The AfD: Finally a successful right-wing populist Eurosceptic party for Germany?. **West European Politics**, v. 38, n. 3, p. 535-556, 2015.

BELL, Daniel. The dispossessed. **The radical right**, p. 1-45, 1964.

BERBUIR, Nicole; LEWANDOWSKY, Marcel; SIRI, Jasmin. The AfD and its sympathisers: Finally a right-wing populist movement in Germany?. **German Politics**, v. 24, n. 2, p. 154-178, 2015.

BERNING, Carl C. Alternative für Deutschland (AfD)—Germany’s new radical right-wing populist party. **ifo DICE Report**, v. 15, n. 4, p. 16-19, 2017.

BÍBLIA, N. T. Êxodo. In BÍBLIA. Português. Sagrada Bíblia Católica: Antigo e Novo Testamentos. Tradução de José Simão. São Paulo: Sociedade Bíblica de Aparecida, 2008.

BOBBIO, Norberto. **Left and right: The significance of a political distinction**. University of Chicago Press, 1996.

BRÜCKER, Herbert; SCHEWE, Paul; SIRRIES, Steffen. **Eine vorläufige Bilanz der Fluchtmigration nach Deutschland**. Aktuelle Berichte, 2016.

CAETANO, Josemar Alves Caetano et al. Utilizando análise de sentimentos para definição da homofilia política dos usuários do twitter durante a eleição presidencial americana de 2016. In: **Congresso da Sociedade Brasileira de Computação-CSBC**. 2017.

CAREGNATO, Rita Catalina Aquino; MUTTI, Regina. Pesquisa qualitativa: análise de discurso versus análise de conteúdo. **Texto & Contexto-Enfermagem**, v. 15, n. 4, p. 679-684, 2006.

CHANG, Hsia-Ching. A new perspective on Twitter hashtag use: Diffusion of innovation theory. **Proceedings of the American Society for Information Science and Technology**, v. 47, n. 1, p. 1-4, 2010.

CIOCCARI, Deysi; PERSICHETTI, Simonetta. Armas, ódio, medo e espetáculo em Jair Bolsonaro. **Revista Alterjor**, v. 18, n. 2, p. 201-214, 2018.

CLARKE, Seán. German elections 2017: full results. **The Guardian**, 2017. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/world/ng-interactive/2017/sep/24/german-elections-2017-latest-results-live-merkel-bundestag-afd>>. Acesso em: 19. set. 2020.

COUELLE, José Eduardo. Por que a Inglaterra não aderiu ao euro?. **Super Interessante**, 2018. Disponível em: <<https://super.abril.com.br/mundo-estranho/por-que-a-inglaterra-nao-aderiu-ao-euro/>>. Acesso em: 08 de nov. de 2020.

DAEHNHARDT, Patrícia. Eleições na Alemanha: Mudanças no sistema partidário e o compasso de espera europeu. **Relações Internacionais (R: I)**, n. 56, p. 93-111, 2017.

DARIUS, Philipp; STEPHANY, Fabian. “Hashjacking” the Debate: Polarisation Strategies of Germany’s Political Far-Right on Twitter. In: **International Conference on Social Informatics**. Springer, Cham, 2019. p. 298-308.

DECKER, Frank; MILIOPOULOS, Lazaros. From a Five to a Six-party System? Prospects of the Right-wing Extremist NPD. **German Politics and Society**, v. 27, n. 2, p. 92-107, 2009.

DECKER, Frank. The “alternative for Germany:” factors behind its emergence and profile of a new right-wing populist party. **German Politics and Society**, v. 34, n. 2, p. 1-16, 2016.

DECKER, Oliver et al. Polarisiert und radikalisiert. Medienmisstrauen und die Folgen für die Demokratie. **Otto-Brenner-Stiftung**, 2017.

DELMAZO, Caroline; VALENTE, Jonas CL. Fake news nas redes sociais online: propagação e reações à desinformação em busca de cliques. **Media & Jornalismo**, v. 18, n. 32, p. 155-169, 2018.

DEUTSCHER GEWERKSCHAFTSBUND. **Dgb**, 2020. Was ist ein Minijob?. Disponível em: <<https://www.dgb.de/schwerpunkt/minijob>>. Acesso em: 08 de nov. de 2020.

EDDY, Melissa; SMALE, Alison. Berlin Crash Is Suspected to Be a Terror Attack, Police Say. **The New York Times**, 2016. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/2016/12/19/world/europe/berlin-christmas-market-truck-crash.html>>. Acesso em: 08 de nov. de 2020.

EINE Redaktion, ein gemeinsamer Name – N24 wird Welt. **Welt**, 2017. Disponível em: <<https://www.welt.de/kultur/medien/article168878464/Eine-Redaktion-ein-gemeinsamer-Name-N24-wird-WELT.html>>. Acesso em: 22 de nov. de 2020.

EMPOLI, Giuliano Da. Os engenheiros do caos: como as fake news, as teorias da conspiração e os algoritmos estão sendo utilizados para disseminar ódio, medo e influenciar eleições. **São Paulo: Vestígio**, 2019.

ENGESSER, Sven et al. Populism and social media: How politicians spread a fragmented ideology. **Information, communication & society**, v. 20, n. 8, p. 1109-1126, 2017.

ERNST, Nicole et al. Extreme parties and populism: An analysis of Facebook and Twitter across six countries. **Information, Communication & Society**, v. 20, n. 9, p. 1347-1364, 2017.

EUROSKEPTICISM. In: **Encyclopædia Britannica**. 2014. Disponível em: <<https://www.britannica.com/topic/Euroskepticism>>. Acesso em: 16 set. 2020.

FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber**. Tradução de Luiz Felipe Baeta Neves. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008.

GÄBLER, Bernd. AfD und Medien: Erfahrungen und Lehren für die Praxis: ein Projekt der Otto-Brenner-Stiftung. **Otto-Brenner-Stiftung**, 2018.

GERMANY: AfD sacks former spokesman for saying migrants 'could be gassed'. **DW**, 2020. Disponível em:

<<https://www.dw.com/en/germany-afd-sacks-former-spokesman-for-saying-migrants-could-be-gassed/a-55082170>>. Acesso em: 05 de nov. de 2020(c).

GERMANY'S political parties CDU, CSU, SPD, AfD, FDP, Left party, Greens - what you need to know. **DW**, 2019. Disponível em: <<https://www.dw.com/en/germanys-political-parties-cdu-csu-spd-afd-fdp-left-party-greens-what-you-need-to-know/a-38085900>>. Acesso em: 30 de set. de 2020.

GLIGORIĆ, Kristina; ANDERSON, Ashton; WEST, Robert. Adoption of Twitter's New Length Limit: Is 280 the New 140?. **arXiv preprint arXiv:2009.07661**, 2020.

GREUSSING, Esther; BOOMGAARDEN, Hajo G. Shifting the refugee narrative? An automated frame analysis of Europe's 2015 refugee crisis. **Journal of Ethnic and Migration Studies**, v. 43, n. 11, p. 1749-1774, 2017.

GRUNDLEHNER, Werner. Der Euro hat in dieser Form keine Zukunft. **Neuen Zürcher Zeitung**, 2017. Disponível em: <<https://www.nzz.ch/finanzen/britischer-oekonom-roger-bootle-der-euro-hat-in-dieser-form-keine-zukunft-ld.1315194?fbclid=IwAR2RXopcEdU-cKomMt49wiiMh3DWN3JwgW71j44p1Nqe6mlZGdBaIfMt0VE>>. Acesso em: 08 de nov. de 2020.

HAN, Byung-Chul. **No enxame: perspectivas do digital**. Editora Vozes Limitada, 2018.

HEGELICH, Simon. **Social media im Wahlkampf: die digitale Revolution der Meinungsbildung**. Hanns-Seidel-Stiftung eV, 2018.

HÖCKE, B.; POGGENBURG, A. Erfurter Resolution. **Der Flügel**, v. 7, 2015.

KERSHAW, Ian. Hitler and the Uniqueness of Nazism. **Journal of Contemporary History**, v. 39, n. 2, p. 239-254, 2004.

KÖPFE und Kleingedrucktes - Die Plakate der Parteien. **Spiegel**, 2017. Disponível em: <<https://www.spiegel.de/fotostrecke/bundestagswahl-wahlplakate-der-parteien-fotostrecke-150845.html>>. Acesso em: 22 de nov. de 2020.

LACHMAN, Vicki D. Moral courage: a virtue in need of development?. **Med Surg Nursing**, v. 16, n. 2, p. 131, 2007.

LEES, Charles. The ‘Alternative for Germany’: The rise of right-wing populism at the heart of Europe. **Politics**, v. 38, n. 3, p. 295-310, 2018.

LEVITSKY, Steven; ZIBLATT, Daniel. **Como as democracias morrem**. Zahar, 2018.

LIEBEL, Vinícius. O Populismo de Direita e suas Estratégias de Sobrevivência - o Alternative fur Deutschland (AfD). In: ANDRADE, G. I. F.; BARBOSA, J. R.; RIBEIRO, M. V.; GONÇALVES, R. J. M.. (Org.). **Tempos Conservadores: Estudos Críticos sobre as Direitas - As Direitas na Europa**. 1ed. Goiânia: Gárgula, 2020, v. 3, p. 105-133.

MAUERSBERGER, Kerstin. Rechter Terror: 25 Jahre Rostock-Lichtenhagen. **MDR**, 2018. Disponível em: <<https://www.mdr.de/zeitreise/rechter-terror-nsu-rostock-lichtenhagen-100.html>>. Acesso em: 22 de nov. de 2020.

MCGREGOR, Shannon C.; MOURÃO, Rachel R.; MOLYNEUX, Logan. Twitter as a tool for and object of political and electoral activity: Considering electoral context and variance among actors. **Journal of Information Technology & Politics**, v. 14, n. 2, p. 154-167, 2017.

MECKEL, Miriam. Weltkurzsichtigkeit: Wie der Zufall aus unserem digitalen Leben verschwindet. **Spiegel**, 2011. Disponível em: <<https://www.spiegel.de/spiegel/print/d-80451034.html>>. Acesso em: 18 de out. de 2020.

MENDES, Andressa Gabrielly de Lacerda; MENDONÇA, Filipe Almeida do Prado. Donald Trump, o twitter e as eleições presidenciais dos Estados Unidos de 2016. **Revista Debates**, v. 14, n. 1, 2020.

METTE, Norbert. Das wissenschaftlich-religionspädagogische Lexikon im Internet. 2016. Disponível em: <https://www.bibelwissenschaft.de/wirelex/das-wissenschaftlich-religionspaedagogische-lexikon/wirelex/sachwort/anzeigen/details/gerechtigkeit-2/ch/2723baed4aae179073b3201aca7a9577/>>. Acesso em: 14 de nov. de 2020.

MITCHELL, Amy et al. In Western Europe, public attitudes toward news media more divided by populist views than leftright ideology. **Pew Research Center**, 2018.

MUDDE, Cas; KALTWASSER, Cristóbal Rovira. **Populism: A very short introduction**. Oxford University Press, 2017.

MUDDE, Cas; KALTWASSER, Cristóbal Rovira. Populism and (liberal) democracy: a framework for analysis. **Populism in Europe and the Americas: Threat or corrective for democracy**, v. 1, n. 5, 2012.

MUDDE, Cas; KALTWASSER, Cristóbal Rovira. **Voices of the peoples: Populism in Europe and Latin America compared**. South Bend, Indiana: Helen Kellogg Institute for International Studies, 2011.

MUDDE, Cas. Populism isn't dead. Here are five things you need to know about it. **The Guardian**, 2017. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/commentisfree/2017/jul/07/populism-dead-european-victories-centrists>>. Acesso em: 17 de out. de 2020.

MUDDE, Cas. **The Far Right Today**. John Wiley & Sons, 2019.

MUDDE, Cas. Three decades of populist radical right parties in Western Europe: So what?. **European Journal of Political Research**, v. 52, n. 1, p. 1-19, 2013.

MUIS, Jasper; IMMERZEEL, Tim. Causes and consequences of the rise of populist radical right parties and movements in Europe. **Current Sociology**, v. 65, n. 6, p. 909-930, 2017.

MUSSALIM, Fernanda. Análise do discurso. **Introdução à linguística: domínios e fronteiras**, v. 2, n. 2, p. 101-142, 2001.

O Gabinete Ministerial da Alemanha. **DW**. Disponível em: <<https://www.dw.com/pt-br/o-gabinete-ministerial-da-alemanha/a-900981>>. Acesso em: 18 de out. de 2020(b).

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise de Discurso: princípios & procedimentos**. 8. ed. Campinas: Pontes, 2009.

OS partidos alemães e a constituição do Bundestag. **DW**. Disponível em: <<https://www.dw.com/pt-br/os-partidos-alem%C3%A3es-e-a-constitui%C3%A7%C3%A3o-do-bundestag/a-900929>>. Acesso em: 18 de out. de 2020.

OTT, Brian L. The age of Twitter: Donald J. Trump and the politics of debasement. **Critical studies in media communication**, v. 34, n. 1, p. 59-68, 2017.

OTTE, Max. #Bundestagswahl @AfD Angela Merkel ist für mich nicht wählbar. Ich wähle diesmal AfD. Prof. Dr. Max Otte, CDU-Mitglied seit 1991. Berlim, 11 de set. de 2017. Disponível em: <https://twitter.com/maxotte_says/status/907211479539216384>. Acesso em: 07 de nov. de 2020.

PAREDES, Norberto. 30 anos após a queda do muro de Berlim, 'barreira invisível' ainda divide a Alemanha em duas. **BBC News Brasil**, 2019. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/internacional-50344929>>. Acesso em: 20. set. 2020.

PARLAMENTARISMO com presidente simbólico. **DW**, 2016. Disponível em: <<https://www.dw.com/pt-br/parlamentarismo-com-presidente-simb%C3%B3lico/a-900686>>.

Acesso em: 18 de out. de 2020.

PENTZ, Jannik. FDP-Wahlplakate vorgestellt: Die Kampagne bin Ich. **Bayerischer Rundfunk**, 2017. Disponível em:

<<https://www.br.de/bundestagswahl/fdp-wahlkampagne-praesentation-100.html>>. Acesso em: 22 de nov. de 2020.

RIBEIRO, Luís Guilherme Marques; LASAITIS, Cristina; GURGEL, Lígia. Bolsonaro Zuero 3.0: Um estudo sobre as novas articulações do discurso da direita brasileira através das redes sociais. **Anagrama**, v. 10, n. 2, 2016.

ROSCOE, Beatriz. Trump diz no Twitter que vai virar em vários Estados. **Poder 360**, 2020.

Disponível em:

<<https://www.poder360.com.br/internacional/trump-diz-no-twitter-que-ira-virar-em-varios-estados/>>. Acesso em: 15 de nov. de 2020.

ROSSETTO, Graça Penha Nascimento. Fazendo política no Twitter: como os efeitos estimados das mensagens influenciam as ações e os usos da plataforma. **Compólitica**, v. 8, n. 1, p. 97-122, 2018.

SCHREIBER, Franziska. **Inside AfD: Der Bericht einer Aussteigerin**. Europa Verlag GmbH & Company KG, 2018.

SERRANO, Juan Carlos Medina et al. The Rise of Germany's AfD: A Social Media Analysis.

In: **Proceedings of the 10th International Conference on Social Media and Society**. 2019. p. 214-223.

SHABAN, Hamza. Twitter reveals its daily active user numbers for the first time. **The**

Washington Post, 2019. Disponível em:

<<https://www.washingtonpost.com/technology/2019/02/07/twitter-reveals-its-daily-active-user-numbers-first-time/>>. Acesso em: 30 de set. de 2020.

SHIRER, William L. **The rise and fall of the Third Reich: A history of Nazi Germany**. Random House, 1991.

SHOEMAKER, Pamela J. et al. Individual and routine forces in gatekeeping. **Journalism & mass communication quarterly**, v. 78, n. 2, p. 233-246, 2001.

SMITH, Julie. How 1989 changed the history of European integration. **European View**, v. 8, n. 2, p. 255-262, 2009.

SOUZA, Tania C. Clemente de. Discurso e imagem: Perspectivas de análise não verbal. **C-Legenda-Revista do Programa de Pós-graduação em Cinema e Audiovisual**, n. 01, 1998.

STANLEY, Jason. **Como funciona o fascismo: A política do " nós" e" eles"**. L&PM Pocket, 2018.

STATISTISCHES BUNDESAMT. **Destatis**, 2020. Bevölkerung mit Migrationshintergrund 2019 um 2,1 % gewachsen: schwächster Anstieg seit 2011. Disponível em: <https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2020/07/PD20_279_12511.html>. Acesso em: 08 de nov. de 2020.

STIEGLITZ, Stefan; DANG-XUAN, Linh. Emotions and information diffusion in social media — sentiment of microblogs and sharing behavior. **Journal of management information systems**, v. 29, n. 4, p. 217-248, 2013.

SULEIMAN, Imam Omar. What 'Allahu Akbar' really means. **CNN**, 01 de nov. de 2017. Disponível em: <<https://edition.cnn.com/2017/11/01/opinions/allahu-akbar-meaning/index.html>>. Acesso em: 01 de nov. 2020.

TROMBLE, Rebekah. Thanks for (actually) responding! How citizen demand shapes politicians' interactive practices on Twitter. **New media & society**, v. 20, n. 2, p. 676-697, 2018.

VASEY, C. M. **Nazi ideology**. University Press of America, 2006.

WELFARE state. In: **Encyclopædia Britannica**. 2015. Disponível em: <<https://www.britannica.com/topic/welfare-state>>. Acesso em: 08 mar. 2020.

WODAK, Ruth. **The politics of fear: What right-wing populist discourses mean**. Sage, 2015.

ZDF. Zdf.de, [s.d.]. Disponível em: <<https://www.zdf.de/zdfunternehmen/factsandfigures-100.html>>. Acesso em: 01 nov. 2020.

ANEXO I — LISTA DE *TWEETS* RELEVANTES SOBRE O TEMA

As publicações listadas neste anexo não foram incluídas ao corpo do texto devido à necessidade de se fazer um recorte mais objetivo do estudo. No entanto, apesar de não terem sido formalmente analisadas, seu conteúdo foi relevante para uma maior compreensão do contexto e das temáticas abordadas no discurso da AfD. Sendo assim, considera-se relevante apresentá-las para que o leitor também possa aprofundar seu conhecimento sobre o tema por meio de um olhar mais abrangente sobre o conjunto dos discursos.

Figura 1: imagem de *tweet* publicado no dia 24 de agosto de 2017



Fonte: twitter.com/afd²¹

Tradução do texto da imagem: “Merkel revela receita para sopa de batata? Nós preferimos revelar nossa receita para Alemanha! Ingredientes no site: www.afd.de/wahlprogramm.”

Figura 2: *tweet* publicado no dia 26 de agosto de 2017

²¹ Todas as imagens deste anexo foram retiradas da página da AfD no *twitter*



Tradução do texto da publicação: “Membro da diretoria federal da #AfD @Georg_Pazderski: ‘Proteger os soldados alemães contra a #Sharia, legislação da idade de pedra!’”

Tradução do texto da imagem: “Soldados alemães não podem se submeter à *Sharia*!”

Figura 3: imagem de *tweet* publicado no dia 27 de agosto de 2017



Tradução do texto da imagem: “Jornal BILD: os eleitores da AfD fazem xixi na piscina com mais frequência. Você faz xixi na piscina? [Curtida] Nunca! [Risada] Só se um repórter do BILD estiver nadando nela!”

Figura 4: *tweet* publicado no dia 28 de agosto de 2017



Tradução do texto da publicação: “Dra. @Alice_Weidel sobre a ‘ministra de integração’ Aydan @Oezoguz (#SPD). “Ela ia se sentir melhor na Turquia!” #TenhaCoragemAlemanha #AfD #hartaberfair

Tradução do texto da imagem: “Se uma ministra de integração do governo federal...

- não consegue ver uma cultura na Alemanha
- nao luta contra o islamismo
- tolera fraude social e pedofilia por casamento infantil

...ela iria se sentir melhor na Turquia do que conosco na Alemanha.”

Figura 5: imagem de *tweet* publicado no dia 29 de agosto de 2017



Tradução do texto da imagem: “Reagrupamento familiar. Mais 2 milhões de migrantes a partir de 2018: Agora Merkel está nos dando o resto!” A expressão “nos dando o resto” também pode significar algo como “acabando conosco”.

Figura 6: *tweet* publicado no dia 30 de agosto de 2017



Tradução do texto da publicação: “#AfD #TenhaCoragemAlemanha #Eleições2017”

Tradução do texto da imagem: “Nós temos que fazer política para os trabalhadores.”

Figura 7: *tweet* publicado no dia 30 de agosto de 2017



Tradução do texto da publicação: “porta voz federal da #AfD Dr. @FraukePetty: ‘E agora, enfermeiros da África!’ #TenhaCoragemAlemanha”

Tradução do texto da imagem: “Aparentemente, Merkel quer enriquecer a Alemanha com mais ‘trabalhadores especializados’”

Figura 8: imagem de *tweet* publicado no dia 30 de agosto de 2017



Tradução do texto da imagem: “Lindner pergunta - a AfD responde: [publicação original do Christian Lindner] ‘Se você pudesse construir um novo país a partir de um campo verde, o que você faria diferente? #VamosPensarNovo #PropagandaDaTelevisão #Eleições2017’ Nós colocaríamos uma cerca ao redor do campo!”

Figura 9: *tweet* publicado no dia 31 de agosto de 2017



Tradução do texto da publicação: “#AfD #TenhaCoragemAlemanha #Eleições2017 @Alice_Weidel”

Tradução do texto da imagem: “Como chanceler, Merkel sempre viola a lei. Isto finalmente tem que acabar.”

Figura 10: *tweet* publicado no dia 3 de setembro de 2017



Tradução do texto da publicação: “Somos a única verdadeira alternativa política. Não vote mais nos partidos do cartel e tenha coragem para Alemanha.”

Tradução do texto da imagem: “Levante-se pela Alemanha!”

Figura 11: *tweet* publicado no dia 12 de setembro de 2017



Tradução do texto da publicação: “Porta-voz federal da #AfD Prof. @Joerg_Meuthen: ‘Esse governo deve estar fora de si. Esse governo precisa ir embora!’”

Tradução do texto da imagem: “Merkel decidiu: Não tem limite máximo! A África já está arrumando as malas.”

Figura 12: *tweet* publicado no dia 13 de setembro de 2017



Tradução do texto da publicação: “#TenhaCoragemAlemanha! Depois do Prof. Max #Otte Karoline #Seibt também afirma: ‘Nas #Eleições2017 eu voto na #AfD!’”

Tradução do manchete da notícia: “Advogada famosa: Porque eu voto na AfD no dia 24 de setembro ... A AfD é o único partido que faz frente ao *establishment* político e da mídia. Ela é heterogênea e - pelo menos até agora - ...”