

**Imagens autênticas: corpo, contágio e
fotografia política nos tempos do Instagram**

Paolo Demuru

Artigo recebido em: 14/11/2019
Artigo aprovado em: 01/10/2020

DOI 10.5433/1984-7939.2020v16n28p203

Imagens autênticas: corpo, contágio e fotografia política nos tempos do Instagram

Authentic images: Body, Contagiousness and Political Photography in the Time of Instagram

Paolo Demuru*

Resumo: *Com base no arcabouço teórico metodológico da semiótica discursiva de Greimas e da sociossemiótica de Landowski, proponho analisar, neste artigo, as estratégias discursivas através das quais o corpo é retratado no Instagram a fim de construir lideranças políticas aparentemente autênticas. Minha hipótese é que o efeito de autenticidade promovido por tais imagens funda-se na produção e na propagação de um elevado grau de carga estética, isto é, em um contágio sensível que dá vida a um jogo de espelhamento recíproco entre os líderes e seus seguidores.*

Palavras-chave: *Corpo; Populismo; Instagram. Sociossemiótica*

Abstract: *Based on the theoretical and methodological framework of Greimas' discursive semiotics, as well as on Landowski's sociosemiotics, in this article I analyse the discursive strategies through which the body is portrayed, on Instagram, in order to construct apparently authentic political leadership. My hypothesis is that the authenticity-effect promoted by these images is based on a principle of aesthetic manipulation, that is, on the simulacrum of a sensitive interaction that gives life to a reciprocal mirroring between the leader and their followers.*

Keywords: *Body; Populism; Instagram; Sociossemiotic.*

* Doutor em Semiótica e Comunicação pela Universidade de Bolonha. Professor Titular do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista.

Introdução

Diante do crescente avanço das mídias digitais, o conceito de *autenticidade* tornou-se um elemento-chave para abordar os processos e as estratégias comunicacionais voltadas à busca pelo reconhecimento social (HEINICH, 2012; CASHMORE, 2016; COULDRY; HEPP 2017; HEARN; SHOENOFF, 2016; CAMPANELLA, 2018). De fato, seja em plataformas como *Twitter* e *Facebook*, seja em outras mais marcadamente individualistas como *Instagram*, a construção de subjetividades aparentemente “reais”, “verdadeiras” e “naturais” é uma das artimanhas discursivas mais adotadas a fim de obter popularidade e consenso. Tal dispositivo funda-se, acima de tudo, na hiperexposição da intimidade e das rotinas do dia a dia. Diversas são as celebridades e os influenciadores digitais que, para serem e continuarem a serem reconhecidos, optaram por revelar suas vidas privadas: atores, músicos, esportistas e, enfim, políticos (MARSHALL; REDMOND, 2016; GADEN; DUMITRICA, 2015).

Neste artigo, proponho explorar, a partir das lentes da semiótica discursiva de Greimas (GREIMAS, 1976; GREIMAS; COURTÉS, 2008) e da sociosemiótica de Eric Landowski (1989; 2004; 2014), os modos de produção de sujeitos políticos “autênticos” no âmbito do que vem sendo hoje definido como “populismo digital” (cf. BARTLETT; BIRDWELL; LITTLER, 201; DAL LAGO, 2017; GERBAUDO, 2018; REVELLI, 2017; WAISBORD; AMADO, 2017). Em particular, discutirei como o efeito de autenticidade é construído nas redes sociais, a partir de modalidades específicas de

figurativização do corpo político desnudo¹.

Como explicarei melhor nas páginas seguintes, entende-se por “populismo digital” a relação entre o avanço, em escala internacional, de candidatos e movimentos que se autoproclamam ou são etiquetados como “populistas” (DAL LAGO, 2017), e a concentração, por parte destes últimos, de suas campanhas eleitorais na esfera das redes sociais, das quais tendem a seguir os padrões estéticos e as lógicas interacionais (LANDOWSKI, 2014).

Ao lado de Donald Trump, há, no atual tabuleiro da política global, dois políticos reconhecidamente populistas que se aproveitaram, de maneira mais eficaz que outros, de tal narrativa: Matteo Salvini, líder do partido *Lega*, e Jair Bolsonaro, eleito presidente do Brasil em outubro de 2018 pelo Partido Social Liberal (PSL). É sobre eles que concentrarei, aqui, os meus esforços.

Tal escolhas justifica-se por três razões. Em primeiro lugar, porque tanto Matteo Salvini, quanto Jait Bolsonaro destacam-se, em seus respectivos países, no topo da classificação dos políticos mais seguidos nas redes sociais. Em segundo lugar, porque ambos obtiveram, em sua participação aos pleitos eleitorais de 2018, resultados exitosos, que os levaram a assumir os mais altos cargos do poder executivo. Em terceiro lugar, porque, mais do que outros políticos contemporâneos, os dois se apresentam, no *Facebook*, no *Twitter* e, principalmente, no *Instagram*, como homens “normais”

1 Tal recorte inscreve-se no âmbito de uma pesquisa mais ampla, atualmente em curso, sobre a morfologia e a natureza interdiscursiva e transmediática do populismo contemporâneo, desenvolvida em parceria com o professor Franciscu Sedda, da Univeridade de Cagliari, na qual destacamos o corpo como um de seus principais traços distintivos. Ele é, portanto, uma peça de um desenho maior, em cuja trama deve ser reconduzido (cf. SEDDA E DEMURU 2018; 2019; DEMURU E SEDDA 2020).

e “verdadeiros”. Como já foi evidenciado por acadêmicos e editorialistas (COSENZA, 2018; BRUM, 2019), suas postagens são repletas de cenas de seu dia a dia: cafés da manhã com pão e leite condensado e/ou Nutella; idas à praia, ao banco, churrascos; passeios com os filhos e as namoradas; e assim por diante.

Há, entretanto, um aspecto de sua comunicação em rede que não foi, até agora, suficientemente explorado, e que os diferencia de outros populistas contemporâneos, entre os quais o próprio Trump: o gosto pela representação do corpo e, em particular, do corpo despido. Seja Bolsonaro, seja Salvini aparecem em suas mídias digitais, *seminus* ou parcialmente vestidos. Nestes posts, os dois líderes mostram-se geralmente de torso nu em cenários imediatamente reconhecíveis como alheios aos espaços da política institucional: praias, lagos, rios, churrascos e hospitais. Há momentos em que apenas pequenas partes do corpo aparecem desnudas em contextos mais formais, destoando das etiquetas indumentárias esperadas para estas ocasiões. É o caso dos pés exibidos por Bolsonaro nas reuniões sobre a reforma da previdência realizadas, em fevereiro de 2019, no Palácio da Alvorada.

Qual é o sentido destas imagens? Quais tipologias de corpo emergem através delas? Como elas dialogam com o resto das cenas de vida cotidiana postadas por Salvini e Bolsonaro em suas mídias digitais? Em que sentido podem ser consideradas “autênticas”? O que elas têm a ver com o conceito de “populismo digital”? E, sobretudo, como elas contribuem a fortalecer o reconhecimento e o contato com a massa de seguidores-eleitores?

Duas são as minhas hipóteses. A primeira é que, no atual contexto de cotidianização da política, os nus de Salvini e Bolsonaro

colaboram, ao lado de outras representações do dia a dia, na construção de um efeito de sentido de autenticidade e proximidade com seus destinatários. Nelas, os corpos de Bolsonaro e Salvini parecem serem retratados “sem filtro”, “assim como são”. Há, em ambos, um discurso de aceitação do próprio físico, de suas imperfeições, sua fragilidade e finitude. Com, todavia, algumas diferenças: enquanto Salvini opta pela autoironia, zombando de suas formas e gorduras em excesso, Bolsonaro insiste na representação da vulnerabilidade da existência humana, exibindo suas feridas.

A segunda é que, a partir das postulações de Landowski (2009; 2014), parece-me possível afirmar que a cifra semiótica de tais imagens reside em um princípio de ordem *estésica*, ou, para sermos mais precisos, em uma verdadeira “manipulação por contágio” (LANDOWSKI, 2009; 2014), voltada à obtenção de popularidade e consenso. É o impacto sensível que os corpos de Salvini e Bolsonaro produzem que estabelecem, pois, o jogo de espelhamento recíproco entre eles e seus seguidores. Emerge e se consolida, assim, entre enunciadores e enunciatários, o simulacro de um “ajustamento” (LANDOWSKI, 2014), isto é, de uma interação fundada em um sentir compartilhado, que foge das lógicas cognitivas e racionais que orientam, normalmente, a interpretação de textos e imagens (cf. LANDOWSKI, 2014; SODRÉ, 2006). Trata-se de um aspecto pouco explorado na literatura sociológica clássica sobre reconhecimento (TAYLOR, 2001), bem como nas recentes investigações sobre o papel que a mídia reveste em sua construção (TURNER, 2010; GADEN; DUMITRICA, 2015; MARSHALL; REDMOND, 2016), que a abordagem sociosemiótica e os modelos de Greimas e Landowski podem contribuir a desvendar.

O corpus e a abordagem teórico-metodológica

No intuito de fornecer algumas primeiras respostas às perguntas acima listadas, recortei, para este artigo, um corpus de imagens extraídas dos perfis de *Instagram* de Salvini e Bolsonaro. Além de serem, como disse, os dois políticos mais seguidos na Itália e no Brasil, ambos possuem um histórico de densa atividade na plataforma, a qual, ao contrário de *Facebook* e *Twitter*, possui um foco específico na imagem.

Inicialmente, foram analisadas todas as postagens realizadas pelos dois líderes desde a criação de seus perfis até o dia 10 de abril de 2019. No caso de Bolsonaro, as publicações somadas foram 2082; naquele de Salvini, 3456.

De todas estas imagens, selecionei apenas aquelas nas quais Salvini e Bolsonaro aparecem com partes mais ou menos extensas do corpo descobertas. Não considerei as fotografias nas quais o ex-capitão brasileiro e o líder italiano aparecem de bermuda ou camisetas de manga curta, pois se trata de “nudezes” comuns e socialmente admitidas, inclusive para os homens políticos. A única exceção a este critério foi feita para a foto em que Bolsonaro aparece de sandália, no Palácio da Alvorada, durante uma reunião com o Major Vitor Hugo sobre a reforma da previdência, no qual o presidente eleito mostra seus pés. Como veremos, neste caso, despir os pés tem um valor semântico preciso, que corrobora aqueles que emergem das fotos restantes.

Da mesma maneira, não abordei, em profundidade, a fisionômica, já que sua análise implicaria recortes e operações

de cunho teórico-metodológicas que extrapolariam os fins e os limites deste texto. Há, contudo, referências pontuais ao assunto, especialmente na análise das fotos de Salvini, cujos traços e expressões faciais reiteram, como os pés nus de Bolsonaro, o sentido global de sua silhueta.

Os números dizem 20 imagens para Bolsonaro e 17 para Salvini. Diante da totalidade das publicações, parece uma percentagem irrisória. Não podemos, no entanto, nos enganar. Os posts figuram entre os mais comentados dos dois perfis. Além disso, se comparadas com aquelas dos perfis de outras personalidades políticas, as cifras em questão são nitidamente superiores. No Instagram de Donald Trump e outros chefes de estados europeus e americanos (Emmanuel Macron, Mauricio Macri, Andrés Manuel Lopez Obrador, Pedro Sanchez, entre outros) não há, por exemplo, presença alguma de fotos do gênero. Mesmo nos perfis dos adversários políticos internos aos campos políticos de Salvini (Matteo Renzi, o expoente do *Partito Democratico*) e Bolsonaro (Fernando Haddad, candidato à presidência pelo Partido dos Trabalhadores em 2018) não há ocorrência de “nus”. Há algumas exceções, como, por exemplo, a foto postada por Lula em seu Instagram no dia 12 de julho de 2018, que o retrata enquanto toma um banho de mar na Bahia, tirada pelo seu fotografo oficial Ricardo Stuckert (a única que se encontra no perfil).

Entretanto, no caso do Lula, bem como no como em outros celebres “nus” políticos – entre os quais vale lembrar o de Albert Rivera, líder do partido espanhol *Ciudadanos* que em 2006 posou nu para promover sua candidatura (SERRA; GONZALES, 2018) e os de Vladimir Putin, no qual o presidente russo aparece sem

camisa em suas férias de 2017 na Sibéria – ainda estamos longe das fotografias de Salvini e Bolsonaro. As de Lula, Putin e Rivera são, por exemplo, fotos oficiais, tiradas por fotógrafos profissionais. As de Salvini e Bolsonaro, não são, ou ao menos, não parecem, o que, do ponto de vista de sua análise semiótica, é a mesma coisa. São imagens de escassa qualidade, aparentemente não tratadas, tiradas provavelmente com telefones celulares. Além disso, seus corpos não pretendem realizar jornadas ou tarefas excepcionais, como pescas submarinas em lagos gelados na Sibéria. Pelo contrário, são corpos “normais”, de sujeitos “normais”, que fazem coisas “normais”: ir à praia perto de casa, ao churrasco com os amigos, se recuperar no hospital após uma cirurgia.

A análise do corpus foi conduzida com base no arcabouço teórico-metodológico do Percorso Gerativo de Sentido (GREIMAS; COURTÉS, 2008) e da Semiótica Plástica de Greimas (1984), e do modelo dos Regimes de Sentido e Interação proposto por Eric Landowski (2014).

Em particular, concentrei-me nos processos de homologações entre as isotopias plástico-figurativas e temáticas presentes nas imagens (cf. GREIMAS, 1984; GREIMAS; COURTÉS, 2008). Preciso, que, segundo Greimas, uma isotopia temática é a disseminação, isto é, a recorrência, ao longo de uma narrativa, de valores semânticos específicos (GREIMAS; COURTÉS, 2008). Tais valores são normalmente ancorados em figuras ou formantes plásticos do plano da expressão, aos quais é dada a tarefa de manifestá-los.

As figuras são os elementos do mundo natural reconhecíveis e nomináveis, cujo sentido é válido apenas no universo sociocultural onde estão inseridas: o corpo masculino, o corpo feminino, a mão,

o braço, o mar, a areia, a água, e assim por diante (GREIMAS, 1984). Os formantes plásticos são os traços eidéticos (curvos *vs* reto, redondo *vs* quadrado, etc.) cromáticos (vermelho *vs* azul, saturado *vs* não saturados, etc.), topológicos (alto *vs* baixo, englobante *vs* englobado, esquerda *vs* direita) e matéricos (sólido *vs* líquido, duro *vs* macio, etc.). Tanto as primeiras quanto os segundos dão corpo ao sentido da imagem, estabelecendo correlações entre os dois planos da linguagem, no nosso caso, a linguagem visual.

Paralelamente, foquei nas articulações do nível narrativo do Percurso Gerativo de Sentido, que dizem respeito às interações entre sujeitos e/o sujeitos e mundo. A partir dos estudos de Landowski (2014) sobre os Regimes de Interação e Sentido, busquei apreender a sintaxe e a semântica interacionais proposta por Salvini e Bolsonaro.

Quatro são os regimes de interação identificados por Landowski: a *programação*, fundada na lógica da regularidade e da rotina; a *manipulação*, baseada em uma intencionalidade de tipo estratégico/cognitivo, cujo fim é a adesão, por parte do sujeito manipulado, a valores e programas narrativos previamente estabelecidos por um dado destinador; o *ajustamento*, no qual os corpos dos interagentes ajustam-se uns aos outros a partir de competências de tipo estésicos, ou seja, sensível; e, por fim o *acidente*, regido pela lógica do alea e do imprevisível, no qual o acaso irrompe em sua forma mais pura, como no caso de tsunamis, raios, terremotos, como também de micro e macro acontecimentos políticos e/o estéticos que subvertem os sentidos sedimentados do mundo (LANDOWSKI, 2014, p. 71).

Como antecipei e como veremos melhor mais adiante, através da figurativização de corpos autênticos, Salvini e Bolsonaro

constroem, a fim manipulatórios, um simulacro de ajustamento com os seus enunciatários, isto é, de uma interação sensível e esteticamente contagiosa, na qual o envolvimento afetivo-emocional e passional prevalece sobre qualquer leitura racional. Há, portanto, conforme Landowski (2014, p. 89), uma dinâmica recursiva, de caráter oblíquo, entre os regimes da manipulação e do ajustamento: a mídia digital, neste caso, o *Instagram*, proporciona um verdadeiro processo de manipulação por contágio (LANDOWSKI, 2009), aparentando aproximar políticos e cidadãos. É este, me parece, um dos pilares nos quais se funda, hoje, a busca pelo reconhecimento *nas* e *das* redes sociais. Antes de entrarmos no vivo da análise, é preciso discutir, no entanto, o papel do corpo no populismo digital.

Corpos, cotidianidade e populismo digital

Tanto no âmbito das ciências políticas e sociais, quanto naquele das ciências da comunicação, o debate em torno do conceito de populismo é amplo e complexo. Não é minha intenção, nem seria possível, reconstruir, aqui, a evolução e os meandros deste percurso. Limito-me a resumir uma série de traços distintivos fundamentais destacados, em maioria, por estudos clássicos e recentes: o uso “significantes vazios” (cf. LACLAU, 2005), em nome dos quais reunir e justificar pautas e reivindicações distintas e até potencialmente contrastantes (o “povo”, a “nação”, “Deus” e assim por diante); a insistência na polarização, principalmente aquela entre o “povo” e a “elite” (LACALU, 2005; CANAVAN, 2005; SACRAMENTO; ROXO 2015; GERBAUDO, 2018); o continuo apelo à ideia de nação

(IONESCU; GELLNER, 1969; LACLAU, 2005); a concentração do próprio discurso entorno de lideranças personalistas (WAISBORD, 2013; MUDDE; ROVIRA KALTWASSER, 2017).

Na esteira de investigações precedentes, que já haviam discutido a relação entre populismo e mídia de massa, em particular a televisão (ECO, 2006; SACRAMENTO; ROXO 2015; WAISBORD, 2013), alguns autores exploraram, nos últimos anos, as imbricações entre o conceito e as mídias digitais (BARTLETT; BIRDWELL; LITTLER, 2011, GERBAUDO, 2018; WAISBORD; AMADO, 2017).

Entre outros, quem se debruçou de maneira aprofundada sobre o fenômeno foi o sociólogo italiano Alessandro Dal lago. Em sua obra *Populismo digitale. La crisi, la rete e la nuova destra*, Dal Lago (2017) reflete sobre as características da onda populista de direita que se alastrou, ao longo da segunda década do século XXI, ao redor do globo. O autor concentra-se, em particular, nos contextos políticos da Itália e dos Estados Unidos, analisando e traçando paralelos entre a ascensão do *Movimento Cinque Stelle* e a eleição, em 2016, de Donald Trump. Há, no entanto, referências pontuais a líderes e partidos de outros países, entre os quais Marine Le Pen e o Front Nacional, na França, Victor Orban, na Hungria e Vladimir Putin, na Rússia.

Conforme defende Dal Lago, embora geográfica e culturalmente distantes, tais casos podem ser lidos como variações singulares de um modelo político geral, que o sociólogo define como “populismo digital: *populismo* porque os líderes pretendem agir com base no mandato direto do povo; digital porque a nova relação entre líderes e povo se dá principalmente no aquário da web” (DAL

LAGO, 2017, p. 24-25).

O sucesso dos populismos do século XXI, afirma o autor, deve-se exatamente à difusão da comunicação digital e à primazia dos sujeitos virtuais em relação aos sujeitos reais (DAL LAGO, 2017, p. 73). Mais do que isso: “o ambiente do populismo contemporâneo nada é senão a realidade imanente e ao mesmo tempo evanescente da internet” (DAL LAGO, 2017, p. 53). Se não se compreende essa relação, torna-se impossível, por um lado, entender a especificidade do populismo digital e, pelo outro, postular novas categorias teóricas capazes de explicá-los.

Ora, há duas características próprias do populismo digital que, segundo Dal Lago, é possível evidenciar. A primeira concerne o estreitamento de um vínculo comunicacional direto, instantâneo e imediato entre os destinatários e os destinatários do discurso político. Ou melhor, resumindo com uma palavra muito utilizada dentro e fora dos circuitos acadêmicos, a “desintermediação” entre os sujeitos políticos *strictu sensu* – líderes, partidos, instituições, etc. – e os cidadãos-eleitores (BENTIVEGNA, 2015, BOCCIA ARTIERI, 2015). A segunda é a ruptura definitiva da fronteira entre a vida pública e a vida privada. Como afirma o sociólogo, o ator político que age na rede “encontra-se em uma situação privada, porque está em casa ou de todo modo isolado, e, ao mesmo tempo pública, porque comunica com sujeitos na sua mesma condição” (Dal Lago, 2017, p. 53).

Tais traços, em particular a desintermediação e a proximidade entre líderes e seguidores, são apontados também por Waisbord e Amado (2017) enquanto próprios do atual populismo digital. Contudo, apontam os autores, a natureza de tal interação é predominantemente

simulacral, isto é, da ordem do parecer, pois os líderes parecem estar mais preocupados em falar “ao” seu público do que discutir “com” ele (WAISBORD E AMADO, 2017, p. 1343).

Na mesma diretriz, Gerbaudo (2018, p. 748) destaca o efeito de comunidade produzido pela participação ativa e/o passiva nas redes sociais. O que emerge, neste caso, é a percepção de pertencimento a um coletivo politicamente ativo e coeso, a um suposto povo cuja voz, no Twitter ou no Facebook, dirige-se contra as elites que procuram dominá-lo.

No entanto, há um aspecto do populismo digital que tais estudos parecem desconsiderar: o corpo, bem como o contágio estésico e as interações sensíveis entre os atores do processo comunicacional por ele proporcionados.

Tomemos, como exemplo emblemático, o caso de Dal Lago. Como afirma o sociólogo, a sociabilidade política que se realiza nas redes “é totalmente desencarnada (...) Como o consumidor de imagens ou vídeos pornográficos na web entra em relação com imagens e não com outros corpos, da mesma forma, o usuário das redes não interage com outros seres humanos, sujeitos sociais ou políticos, mas com seus avatares e *nicknames*” (DAL LAGO, 2017, p. 53). Trata-se, conclui o autor, de uma transformação radical, que modifica em profundidade a relação dos sujeitos sociais com a realidade (DAL LAGO, 2017, p. 53).

A minha posição sobre o assunto é diametralmente oposta. Como tivemos oportunidade de evidenciar em outras ocasiões, e como veremos, nas páginas a seguir, analisando os perfis de Salvini e Bolsonaro, o corpo é um dos principais pilares da comunicação populista contemporânea, principalmente daquela online

(DEMURU; SEDDA 2020). Com efeito, é por meio de precisas estratégias de figurativização do corpo que os populistas digitais constroem simulacros de proximidade e contato com o “povo da internet”. E, vice-versa, é graças a estas imagens que o “povo da internet” se reconhece neles.

Corpos políticos autênticos

As estratégias de comunicação no *Instagram* de Jair Bolsonaro e Matteo Salvini têm na figurativização do corpo uma de suas engrenagens centrais. Não se trata, porém, de um corpo qualquer. Ambos insistem na estética do corpo ordinário, corriqueiro, normal, distante dos corpos e das etiquetas gestuais da política tradicional. Afastando-se de tais padrões imagéticos, Bolsonaro e Salvini apresentam-se como homens comuns, nos quais seus enunciatórios podem se reconhecer.

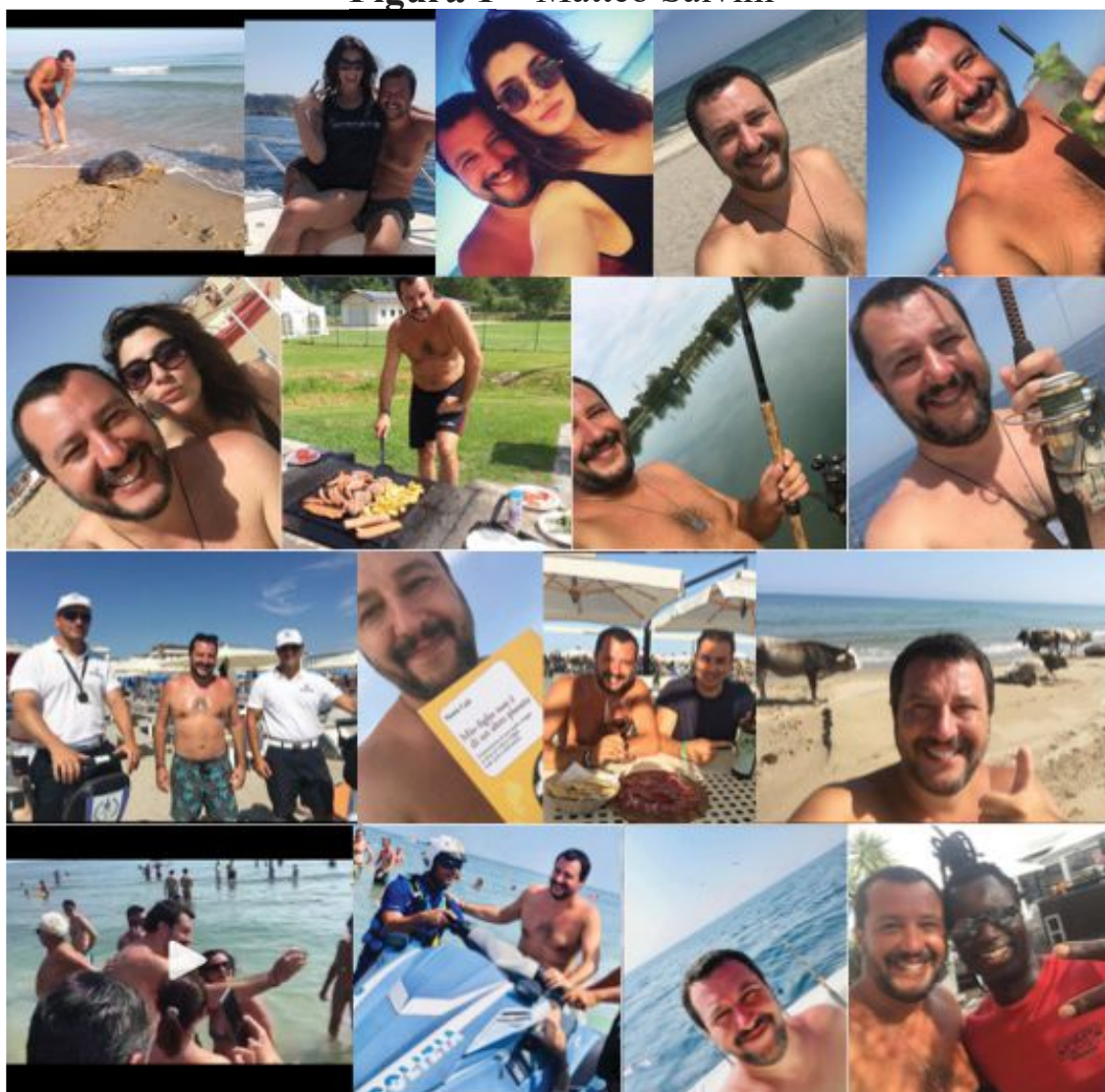
Como antecipei nas páginas anteriores, um dos vieses figurativos através dos quais Salvini e Bolsonaro constroem sua suposta autenticidade é o corpo despido. Muito mais que outros políticos contemporâneos, os dois líderes aparecem, em seus perfis, *seminus* ou parcialmente vestidos. Há, no entanto, entre os dois líderes, algumas diferenças significativas.

Apologia do corpo imperfeito

Os nus de Salvini inscrevem-se em paisagens que remetem ao imaginário das férias e do repouso dominical: praias, lagos, barcos,

churrascos ao ar livre e assim por diante. São espaços de descanso e lazer, nos quais o líder italiano fotografa-se (ou é fotografado) enquanto exerce atividades diversas: pescar, grelhar carne, comer, beber um vinho, tomar um drink, ler um livro, passear à beira mar, preguiçar em companhia da ex-namorada (a modelo e apresentadora de televisão Elisa Isoardi), cumprimentar amigos, transeuntes e policiais ocupados em patrulhar as praias italianas em busca de migrantes ambulantes clandestinos.

Figura 1 – Matteo Salvini



Fonte: Matteo Salvini (2019)

Salvini aparenta não ter problemas em se mostrar despido e falar abertamente sobre seu corpo, zombando, inclusive, de suas “imperfeições”. Vale lembrar, a este propósito, que os retratos de seu Instagram não são os primeiros em que o vice-premeir aparece sem roupa. Em 2014, um ano antes de sua primeira postagem no Instagram, o líder da Lega posa nu para uma das mais vendidas revistas de fofocas italianas: *Oggi*. As fotos da capa e da reportagem o retratam desnudo em um ambiente doméstico: em um quarto de dormir, deitado em uma cama forrada de lençóis brancos, e em pé diante do espelho de um banheiro. A única peça vestida por Salvini é uma gravata verde, a cor de seu partido (OGGI, 2014).

À reportagem, Salvini declara ser um homem simples e natural, esteticamente diferente de seu então rival Matteo Renzi, líder do Partido Democrático, de centro-esquerda: “na televisão [Renzi] é melhor que eu. Ele tem os *spin-doctor* por trás, eu não. E é também mais vaidoso. Eu sou desleixado. A barba também comecei a ter por preguiça” (OGGI, 2014)

Como afirma Salvini em uma outra entrevista concedida ao jornalista Massimo Giannini, de *Rai 3* e *La Repubblica*, também publicada no site da revista *Oggi*, as fotos devem ser interpretadas como uma “brincadeira”, uma *boutade* voltada a capturar a atenção da opinião pública italiana:

não almejo obter votos pela minha qualidade física, que é absolutamente fajuta, mas rio de mim mesmo (...) Algum ex-colega de escola talvez irá me zoar, e tem razão, pois tenho um fisico constrangedor (...) Mas se isso serve para falar do projeto da Lega, abro a camisa e me perfurem. (OGGI, 2014).

Assim como aquelas da revista *Oggi*, as imagens postadas por Salvini em seu perfil de Instagram revelam um corpo descontraído, o corpo de um sujeito que se mostra pelo que “é”. Mais do que isso: que faz questão de se mostrar pelo que ele “é”.

Conforme o método de Greimas sugere, encontra-se, aqui, um elo entre duas isotopias temáticas: a isotopia da *autenticidade* e a isotopia da *normalidade*, ambas figurativamente manifestadas pelo corpo seminu de Salvini.

Entretanto, dizer isso não é suficiente. É preciso desvendar a fundo as micro-articulações entre expressões e conteúdo, traços plásticos, valores, programas narrativos e regimes interacionais que regem esta articulação. É esta, pois, uma das maiores contribuições que a abordagem semiótica pode oferecer aos estudos comunicacionais: mostrar *como* o sentido se constrói, as trajetórias e os mecanismos por meio dos quais atribuímos significado ao mundo e às coisas do mundo em que vivemos, inclusive os corpos dos políticos.

No caso de Salvini, há uma precisa figura do corpo que cumpre a tarefa de tornar concretos e apreensíveis os valores do *autêntico* e do *normal*: a barriga.

Em boa parte das postagens de Salvini, vê-se, ou entrevê-se, a barriga. Trata-se de uma barriga que, como aponta Cosenza pode ser considerada “normal”, a barriga de um “homem médio de meia idade”, ou melhor, que traz em mente o estereótipo do físico do homem médio de meia idade (cf. COSENZA, 2014, doc. não paginado). É aquela que, em italiano, é conhecida como “pancetta”, termo cuja definição encontra-se, hoje, nos mais célebres dicionários da língua italiana. Conforme o dicionário Treccani, por exemplo, “pancetta” refere-se a uma “pança deveras proeminente, em um sentido familiar

e jocoso (do dialeto *panzétta*: *tens uma bela pancetta! Depois dos quarenta anos comecei a ter um pouco de pancetta*)” (TRECCANI, 2019).

A definição do dicionário condiz com a atitude autoirônica adoptada por Salvini em relação a seu corpo. Conforme continua Cosenza (2014, doc. não paginado), Salvini mostra-se como um líder “que sabe rir e sorrir de si mesmo, um líder que sabe brincar (...) o qual, assim como a maioria das pessoas, tem defeitos físicos e não tem vergonha de mostrá-los”.

O sorriso exibido por Salvini é, neste sentido, altamente significativo. Tomemos, por exemplo, a imagem abaixo (Figura 2).

Figura 2 – A “pancetta” de Matteo Salvini



Fonte: Matteo Salvini (2019)

Nela, Salvini é fotografado enquanto toma conta de um churrasco, vestindo apenas um par de short esportivo preto. Sob o

perfil topológico (cf. GREIMAS, 1984), nota-se que a barriga ocupa o centro da imagem, constituindo o seu ponto focal, isto é, o lugar no qual o olhar do enunciatário é imediatamente direcionado. A postura curva de Salvini, debruçado sobre a grelha, acentua a proeminência da barriga, que parece transbordar do calção. Subindo, a visão do enunciatário depara-se com o sorriso de Salvini, que reitera a piada feita na legenda da imagem: “aguardando grelhar Renzi. Dia com os amigos”.

O mesmo arranjo plástico-figurativo reitera-se em outras imagens, como aquela em que Salvini inclina-se para observar uma tartaruga ou aquela em que aparece, em um barco, ao lado da ex-namorada. Tanto nestas quanto em outras postagens, o líder da Lega sorri, mostrando, sem timidez aparente, a gordura e as rotundidades, que alguns poderiam julgar excessivas, na região do abdome.

O sorriso possui, portanto, na narrativa salvianiana, uma precisa função semiótica. É ele que figurativa a “realização” do líder enquanto sujeito em paz consigo mesmo. Em semiótica-discursiva, entende-se por “realizado” o sujeito em estado de conjunção com um determinado objeto de valor (cf. GREIMAS; COURTÉS, 2008, p. 407). No caso de Salvini, tal valor é constituído pela aceitação de si e de seu corpo, um corpo de um homem *normal* e *autêntico*, que não há por que esconder. De algum modo, é como se os nus de Salvini estivessem contando a seus destinatários uma história edificante, do qual tanto ele quanto os outros podem se considerar protagonistas: aceitemo-nos por como são, não nos envergonhemos do corpo que temos.

Há ainda, em relação à barriga, um outro aspecto que é preciso ressaltar. Como aponta ainda Cosenza (2014), as rotundidades

do ventre de Salvini remetem, na cultura italiana, a significados ligados ao afeto e ao carinho paterno. As mesmas formas arredondas encontram-se também no rosto do líder da Lega, destacadas pelos sorrisos insistentes. Constitui-se, assim, no plano da expressão, uma verdadeira isotopia plástica, que reforça a imagem de Salvini enquanto líder acolhedor, pai de família, pacato e tranquilizador, edulcorando, quando não mascarando completamente, o radicalismo de suas convicções políticas.

Neste sentido, conclui Cosenza (2014), Salvini situa-se nos antípodas de outro líder histórico da *Lega*, Umberto Bossi, o qual, com sua postura ereta, seu corpo magro e firme, sua voz roca, seus gestos obscenos e seu slogan “La Lega ce l’ha duro” (literalmente: “A Lega tem o pau duro”), encarnava um tipo de masculinidade hegemônica, típica dos líderes dos tradicionais partidos conservadores (BELPOLITI, 2012).

Tanto a barriga quanto as rotundidades devem ser cotejados com uma outra figura do corpo salviniano: a barba, fruto, como Salvini havia declarado à revista *Oggi*, não de uma escolha estética, mas do “desleixo” e da “preguiça”. A análise da fisionômica foge, como afirmei na Introdução, dos escopos do presente artigo. No entanto, nesse caso, pode-se abrir uma exceção, já que a barba parece corroborar, de modo visualmente nítido, os valores e os temas acima listados.

Assim como o seu corpo, a barba de Salvini possui, diz ele, pequenas imperfeições: medidas não padronizadas, buracos, partes não completamente raspadas. São detalhes significativos, que, em seu conjunto, trazem à tona a imagem de um homem “simples”, pelo qual não há separação entre política e cotidianidade, que lida com

a sua imagem de líder político do mesmo modo em que lida com a sua imagem de cidadão comum. Um sujeito político que quebra os códigos estéticos dos palácios das instituições, concedendo-se, e mostrando que é possível conceder-se, a possibilidade da imperfeição.

Estabelece-se, desta forma, via corpo, o simulacro de um contato direto entre o enunciador Salvini e a massa de seus enunciatários-seguidores. Mais do que isso: instaura-se, entre os dois, um reconhecimento recíproco. É a seus corpos, pois, que ele, exibindo sua ordinariedade e imperfeições físicas, dá voz e visibilidade. E, vice-versa, é no corpo imperfeito e ordinário de Salvini que eles se reconhecem. Trata-se de uma interação comunicacional cuja lógica não depende de algum tipo de interpretação cognitiva, mas sim de um sentir compartilhado, do contágio estésico (GREIMAS, 1987; LANDOWSKI, 2009; 2014) que tais imagens proporcionam e são capazes de proporcionar.

Parábolas de um corpo martirizado, frágil e acidental

Como naquele de Salvini, no perfil de *Instagram* de Bolsonaro encontram-se algumas imagens nas quais o presidente aparece de torso nu em praias e barcos, pescando ou saindo da água após um banho de mar com os filhos. Entre eles, destaca-se a figura de Eduardo. Diferentemente de Salvini, Bolsonaro não expõe, nestas imagens, seu abdome, a não ser em fotos antigas. Há a exceção de uma postagem realizada em 30 de maio de 2015, na qual Bolsonaro é retratado enquanto realiza flexões na praia da

Barra da Tijuca, no Rio de Janeiro. Na legenda, lê-se: “preparando-se para as olimpíadas de 2016”. A frase é seguida por três emojis de risadas com lágrimas. Parece transparecer, portanto, neste caso, como em Salvini, uma postura autoirônica em relação ao próprio corpo. Entretanto, estamos longe da estética dos nus salvinianos. As fotografias praianas de Bolsonaro exibem um corpo magro e longilíneo, no qual, ao contrário das rotundidades do líder da Lega, dominam outros traços plásticos: a linha reta e uma aparente solidez. Ao lado destes, reforçando esta isotopia, colocam-se os corpos dos filhos do ex-militar, em particular aquele de Eduardo Bolsonaro, cuja físico remete à corporeidade estereotípica dos frequentadores de academias, com ombros, peitorais e bicípites pronunciados.

Figura 3 – Jair Bolsonaro



Fonte: Jair M. Bolsonaro (2019)

Digo solidez aparente porque há, no perfil de Instagram de Bolsonaro, uma outra galeria de imagens que mostra uma nudez outra, distante daquela dos corpos aparentemente sarados de sua juventude e de seu filho Eduardo. Estou me referindo à copiosa fileira de fotos que retratam Bolsonaro durante suas recentes internações no hospital israelita Albert Einstein, as quais configuram a grande maioria das imagens em que o atual presidente do Brasil aparece semidesnudo. Nelas, tanto as figuras quanto os formantes plásticos contribuem de maneira conjunta à manifestação de três isotopias temáticas, as quais, por sua vez, se entrelaçam e reverberam de maneira recíproca: a isotopia do martírio, a da fragilidade e a da resistência.

Como é sabido, em 6 de setembro de 2018, em plena campanha presidencial, Bolsonaro recebeu, em Juiz de Fora, uma facada na região do abdome. As cirurgias às quais foi submetido após o ferimento o mantiveram internado por dois intervalos de tempo distantes entre si: o primeiro, no qual foram realizadas duas operações, estendeu-se do dia 7 ao dia 29 de setembro (23 dias); o segundo, dedicado à retirada de uma bolsa de colostomia, de 27 de janeiro a 13 de fevereiro de 2019 (17 dias).

No total, são 23 os retratos de Bolsonaro ao longo de suas duas internações. Destes, 13 exibem de maneira mais ou menos explícita partes do corpo do capitão reformado: torso, pescoço, peito, tórax, barriga, pernas e pés.

As fotografias mostram um corpo martirizado. Em diversas imagens destacam-se hematomas e manchas roxas, bem como sondas, curativos e outros materiais hospitalares, apresentados como prova física da violência sofrida em decorrência do atentado ocorrido em Juiz de Fora. Quatro fotografias figurativizam, em particular, de

maneira emblemática, o tema do martírio.

Figura 4 – Martírio, fragilidade e resistência no discurso visual de Bolsonaro



Fonte: Jair M. Bolsonaro (2019)

Na primeira, postada em 16 de setembro de 2018, o vulto de Bolsonaro aparece em primeiro plano por cima de um fundo desfocado. Da ponta de seu nariz, uma sonda bege, travada por um *band-aid* da mesma cor, desce pelo pescoço até o ombro, perdendo-se, em seguida, para fora do quadro. Bolsonaro olha direto na câmera. Seus olhos estão vermelhos, com olheiras. Pequenas manchas escuras ocupam a região abaixo das pálpebras inferiores, estendendo-se rumo às maçãs do rosto. Os lábios, finos e rosados, estão fechados. Não há nenhum aceno de sorriso. Sob o perfil plástico, a fotografia é perpassada por uma luz amarelada, o mesmo cromatismo (GREIMAS, 1984) que se reencontra no travesseiro e no rosto de Bolsonaro.

A mesma luz amarela encontra-se na segunda fotografia,

divulgada em 15 de setembro de 2018, na qual Bolsonaro está sentado em uma poltrona. Contrariamente à primeira, dominam, aqui, os tons escuros. A figura de Bolsonaro jaz quase inteiramente na penumbra. Os contornos de seu rosto são pouco definidos. Apenas as pernas aparecem mais nitidamente, cobertas por meias anti-trombo. A luz, rarefeita e evanescente, concretiza, no plano da expressão, os valores semânticos-religiosos do breve texto da postagem: “Deus no comando”.

A referência a Deus corrobora, no plano do discurso verbal, o tema do martírio manifestado pelas feridas expostas nas imagens. Como demonstra de maneira nítida o próprio slogan de campanha de Bolsonaro – “Brasil acima de tudo, Deus acima de todos” – no discurso do 38º Presidente da República Brasileira religião e política estão profunda e intimamente relacionadas. Estudiosos de diversas áreas apontaram como essa narrativa possui um caráter marcadamente messiânico, que remete a escatologia e ao misticismo evangélico (Bonfim 2020). O martírio emerge como mais uma peça fundamental desta engrenagem discursiva. Para citar apenas um exemplo, em ocasião das celebrações da Páscoa de 2020, Bolsonaro afirmou: “Eu queria falar uma coisa, já que hoje se fala em ressurreição”, disse o presidente. “Eu não morri, mas estive no limite da morte (...) Outro milagre aconteceu (...) O perfil para chegar à Presidência não era o meu, nada tinha para chegar, sequer tinha partido até março de 2018”.

Assim como na primeira e na segunda, na terceira fotografia, publicada no dia 7 de fevereiro de 2019, tais temas ganham literalmente “corpo”. Bolsonaro é aqui enquadrado de baixo para cima. Parece estar de pé. O lado esquerdo do peito, descoberto, é povoado de

sondas e curativos. O cabelo despenteado, a boca semiaberta e as sobrancelhas franzidas dão a entender que o corpo está sob esforço, em movimento, ou buscando se mexer. No texto ao lado, Bolsonaro – ou quem por ele – escreve: “Começamos mais uma quinta-feira combatendo o bom combate. Temos uma missão e vamos cumpri-la (...). Na quarta, postada em 28 de setembro de 2018, ele encontra-se diante do espelho do banheiro, com o torso inteiramente nu. O ventre é atravessado por uma cicatriz vermelha, exposta como marca tangível da facada e das cirurgias dela decorrentes.

Assim como as outras que compõem a série, as quatro imagens podem ser consideradas como as epitomes figurativas de um corpo martirizado. Um corpo de um mártir que não chegou a morrer, mas que, por lutar pela sua pátria, encontra-se, neste momento, “enfermo” e “debilitado”, para reproduzirmos as palavras do próprio Bolsonaro no texto que acompanha a primeira foto: “apesar de bastante *debilitado*, reúno forças que vem (*sic*) de vocês”.

Cabe ressaltar que o tema do martírio entrelaça-se, aqui, com uma outras as outras duas isotopias temáticas acima mencionadas.

A primeira, como disse, é a isotopia temática da *fragilidade*. Nesse sentido, pode-se dizer que, apesar do misticismo-religioso que caracteriza seu discurso, Bolsonaro representa-se, nos retratos acima, como um “mártir-homem-comum”, “terrestre”, “mundano”, especialmente no que concerne às imagens do corpus recortado para esse artigo. Através da trama figurativa previamente analisada – isto é, dos elos estabelecidos entre luzes, expressões faciais, sondas, curativos, hematomas e assim por diante – Bolsonaro emerge como um ser humano frágil, cujo corpo, como todos os corpos, é sujeito à dor e finitude. Um corpo, enfim, de quem tem plena consciência da morte.

A segunda é a isotopia da *resistência*. De fato, os nus hospitalares de Bolsonaro mostram um corpo e um sujeito em luta. Não apenas na fotografia acima analisada, cujo texto menciona, de modo explícito, o tema do “combate”, como também em outras que o retratam enquanto se dirige a seus destinatários com sorrisos e “joinhas”.

Diferentemente de Salvini, cujo efeito de sentido de autenticidade/normalidade é construído através da exibição irônica e desenvergonhada de seu corpo imperfeito, Bolsonaro se mostra como “homem autêntico” e “normal” a partir da exposição de sua fragilidade física, diante da qual, nos contam seus textos, é preciso combater.

Por outro lado, no que diz respeito aos regimes de interação promovidos por tais imagens, tudo parece funcionar de modo parecido com o que acontecia em Salvini. Como naquele do líder italiano, percebe-se, no perfil de *Instagram* de Bolsonaro, o simulacro de um ajustamento sensível, de uma comunicação estética que visa contagiar, sensivelmente, os seus seguidores (LANDOWSKI, 2014).

Há, no entanto, uma outra nudez que expressa, de modo diferente, os temas da autenticidade e da normalidade: aquela dos pés, revelados por Bolsonaro em uma imagem que o retrata de camisa polo, moletom e sandália durante uma reunião de trabalho com o Major Vitor Hugo, líder do governo na Câmara dos Deputados, realizada em fevereiro de 2019.

O que este “nu” revela? Qual é o seu valor específico? E de que maneira ele compõe, junto às imagens anteriores, um único arranjo de sentido?

Ao contrário da galeria do Einstein, onde havia, por assim

dizer, uma aderência figurativa entre o corpo de Bolsonaro e o ambiente no qual encontrava-se inserido, a nudez serve, neste caso, a subverter os sentidos socialmente sedimentados dos espaços da política por ele momentaneamente ocupados. Pouco importa, neste sentido, que a foto tenha sido tirada no Palácio da Alvorada, residência oficial da presidente. No imaginário coletivo brasileiro, a casa representa, de todo modo, um espaço institucional. Mesmo na Alvorada, mostrar os pés em uma reunião de trabalho formal significa quebrar os códigos estéticos e as formalidades esperados em um evento deste tipo.

Retomando o modelo de Landowski sobre os regimes de interação, pode-se dizer que, aqui, a lógica interacional proporcionada pelo corpo despido de Bolsonaro é outra. O presidente apresenta-se, aqui, como um *actante joker* (LANDOWSKI, 2014, p. 79), que subverte as programações rotineiras da política como a conhecemos. A nudez dos pés revela um corpo imprevisto, acidental, para usarmos ainda os termos de Landowski (2014). Um corpo fora do lugar, que vive aquele espaço institucional da mesma forma como vive o quintal de sua casa no Rio de Janeiro. Um corpo espontâneo, que, justamente por isso, parece ser ainda mais autêntico.

Considerações finais

A análise até aqui conduzida evidencia como tanto Bolsonaro quanto Salvini procuram aparecer, em seus perfis de Instagram, como sujeitos “autênticos” e “normais”. Para tanto, ao lado das imagens que os retratam em seu dia a dia, enquanto assistem televisão, jogam videogame, tomam café da manhã ou comem uma pizza, os retratos e

autorretratos cotidianos nos quais os dois líderes se exibem *seminus* ou parcialmente vestidos constituem uma estratégia discursiva eficaz. Mostrar a própria pele sem aparente vergonha, sem ter necessidade, ou medo, de expor suas “imperfeições” (Salvini) ou sua fragilidade (Bolsonaro), os aproxima de seus enunciatários, da multitude de “pessoas comuns” que povoa as mídias sociais digitais. Mais do que isso: emerge e sedimenta-se, entre os dois lados, um jogo de espelhamento recíproco, que leva os primeiros a se reconhecerem nos segundos e, vice-versa, os segundos a se reconhecerem nos primeiros.

Como busquei evidenciar nas páginas anteriores, a cifra deste reconhecimento de mão dupla reside, conforme o modelo de Landowski sugere (LANDOWSKI, 2014, p. 79), em um princípio de recursividade oblíqua entre os regimes do ajustamento e da manipulação, isto é, em uma intencionalidade estratégica que visa alcançar a popularidade e o consenso político através de uma comunicação estética, sensível, “epidérmica”, no sentido quase literal do termo. Como afirma Landowski em outro texto sobre a relação entre populismo e estesia (Landowski, 2018), os líderes populistas, sobretudo os populistas digitais, buscam manipular o outro agindo sobre seus corpos e suas sensibilidades. É esta a razão pela qual, cada vez mais, eles se mostram não como políticos, mas como pessoas “de verdade”, homens em carne e osso que comem, bebem, engordam, emagrecem, tomam sol, mergulham, sofrem, morrem. E é por isso que seus corpos “contagiam”: pelo fato de serem corpos “não-políticos”, que quebram as normas estéticas e comportamentais da política institucional. Neste sentido, há coesão e coerência entre o “populismo antissistema” por eles promovidos e

a figurativização “popular” de seus corpos nas redes sociais.

Os estudos sobre o papel da mídia nos processos de construção do reconhecimento social têm recentemente evidenciado a eficácia de estratégias voltadas para o discurso da autenticidade (HEINICH, 2012; HEARN; SHOENOFF, 2016; CAMPANELLA, 2018; GADEN; DUMITRICA, 2015). No entanto, pouco se refletiu, ainda, sobre as maneiras através das quais a figurativização do corpo pode contribuir, ou não, para o sucesso de tais performances. Neste sentido, há muito ainda a ser feito. A este propósito, enquanto disciplina “ancilar” das ciências humanas e sociais, a semiótica de inspiração greimasiana pode fornecer indicações interessantes, tanto no que diz respeito aos aspectos teóricos, quanto no que concerne as questões de método. É sob esta ótica que devem ser lidas as reflexões aqui desenvolvidas. Longe de querer exaurir o assunto ou indicar caminhos prontos, procurei identificar algumas possíveis diretrizes de enquadramento e análise do problema, no auspício de um futuro diálogo interdisciplinar no âmbito dos estudos comunicacionais.

Referências

BARTLETT, Jamie; BIRDWELL, Jonathan; LITTLER, Mark. **The New Face of Digital Populism**. London: Demos, 2011.

BELPOLITI, Marco. **La canottiera di Bossi**. Parma: Guanda, 2012.

BENTIVEGNA, Sara. **A colpi di Tweet: La politica in prima persona**, Bologna, Il mulino, 2015.

BOCCIA ARTIERI, Giovanni. **Gli effetti social del web**. Milano:

Franco Angeli, 2015.

BONFIM, Evandro de Sousa. O espírito santo e o rei do fim do mundo: transmissão do carisma e iconografia escatológica no governo Bolsonaro. **Ciencias Sociales y Religión**, 2020, n. 22, p. 1-17.

BRUM, Eliane. O homem mediano assume o poder. **El Pais**, 2 jan. 2019. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2019/01/02/opinion/1546450311_448043.html. Acesso em 08 abr. 2019.

CAMPANELLA, Bruno. Struggle for media recongnition. The self in a media saturated world. *Media@LSE Working Paper Serie*, v. 56, p. 1-15, 2018

CANOVAN, Margaret. (2005). **The people**. Cambridge, UK: Polity Press.

CASHMORE, Ellis. Winning Isn't everything. Selling is: Sports, Advertising and the Logic of the Markert. In: MARSHALL, P. David; REDMOND (Orgs). **A Companion to Celebrity**. London: John Wiley & Sons, 2016, pp. 194-21

COSENZA, Giovanna. Salvini Desnudo: obiettivi, destinatari, significati. **Il fatto quotidiano**, Roma, 9 dez. 2014. Disponível em: <https://www.ilfattoquotidiano.it/2014/12/09/salvini-desnudo-obiettivi-destinatari-significati/1258996/>. Acesso em 07 abr. 2019.

COULDRY, Nick; HEPP, Andreas. **The mediated constrution of reality**. Polity Press: Cambridge, 2017

DAL LAGO, Alessandro. **Populismo digitale. La crisi, la rete e la nuova destra**. Milano: Raffaello Cortina Editore, 2017.

DEMURU, Paolo; SEDDA, Franciscu. Il corpo social-ista. **Actes Sémiotique**, n. 123, 2020, p. 1-14

ECO, Umberto. **A passo di Gambero**. Milano: Bompiani, 2006

GADEN, Georgia; DUMITRICA, Delia. The “real deal”. Strategic authenticity, politics and social media. **First Monday**, vol. 20, n. 1-5, jan. 2015. Disponível em: <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/4985/4197>. Acesso em 1 abr. 2019.

GERBAUDO, Paolo. Social Media and Populism: An elective affinity? **Media Culture & Society**, 40(5), 2018, p. 745-753.

GREIMAS, Algirdas J. **Semiótica e ciências sociais**. São Paulo: Cultrix, 1976.

GREIMAS, Algirdas J. **De l'imperfection**. Perigueux: Fanlac, 1987.

GREIMAS, Algirdas J.; COURTÈS, Jacques. **Dicionário de Semiótica**. Vários tradutores. 1ª ed. São Paulo: Contexto, 2008.

HEARN, Alison; SHOENHOFF, Stephanie. From celebrity to influencer: tracing the diffusion of celebrity value across the data stream. In: MARSHALL, P. David; REDMOND (Orgs). **A Companion to Celebrity**. London: John Wiley & Sons, 2016, p. 194-211

HEINICH, Nathalie. **De la Visibilité: Excellence et singularité en régime médiatique**. Paris: Éditions Gallimard, 2012.

IONESCU, Ghita; GELLNER, Ernest. (Orgs). **Populism, Its Meanings and National Characteristics**. Weidenfeld Nicolson: Londres, Reino Unido: King A, 1969.

LACLAU, E. **On populista reason**. London: Verso, 2005.

LANDOWSKI, Eric. **A sociedade refletida: ensaios de sociosemiótica**. São Paulo: Educ/Pontes, 1992.

LANDOWSKI, Eric. **Presenças do outro: ensaios de sociosemiótica**

tica. São Paulo: Perspectiva, 2002.

LANDOWSKI, Eric. **Passions sans nom**. Paris: PUF, 2004.

LANDOWSKI, Eric. La politique-spectacle revisitée: manipuler par contagion. **Versus**, Milão, p.13-28, maio-dez, 2009.

LANDOWSKI, Eric. **Interações arriscadas**. Trad. Luiza Helena Oliveira da Silva. São Paulo: Estação das Letras e Cores e Centro de Pesquisa Sociossemióticas, 2014.

LANDOWSKI, Eric. Populisme et esthésie. **Actes Sémiotique**. Limoges, n. 121, 2018, p. 1-19

MARSHALL, P. David; REDMOND, Sean. (Orgs). **A Companion to Celebrity**. London: John Wiley & Sons, 2016, pp. 194-211

MUDDE, Cas; ROVIRA KALTWASSER, Cristóbal. **Populism: a very short introduction**. Oxford: Osford University Press, 2017.

OGGI. Matteo Salvini nudo su Oggi. **Oggi**, 2 dic. 2014. Disponível em: <http://www.oggi.it/attualita/notizie/2014/12/02/matteo-salvini-lancia-la-sfida-costruire-unalternativa-a-renzi-e-correro-alle-prie-marie-del-centrodestra-anche-contro-berlusconi-esclusivo/>. Acesso em 5 abr. 2019

OLIVEIRA, Ana Claudia, de. **As interações sensíveis**. Ensaio de sociossemiótica a partir da obra de Eric Landowski. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2013.

REVELLI, Marco. **Populismo 2.0**. Torino: Einaudi, 2017.

SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco. Estratégias demóticas no jornalismo televisivo brasileiro contemporâneo: o populismo e o neopopulismo. **Sessões do Imaginário**, v. 20, 2015, p. 27-38.

SEDDA, Franciscu; DEMURU, Paolo. Da cosa si riconosce il populismo. **Actes Sémiotique**, 121, 2018, p. 1-24

SEDDA, Franciscu; DEMURU, Paolo. La rivoluzione del linguaggio social-ista. Umori, rumori, sparate e provocazioni. **Rivista Italiana di Filosofia del Linguaggio**, 13(2), p. 26-40.

SERRA, Marcello; GONZALEZ, Rayco. Ciudadanos. The myth of neutrality. **Semiotica**. Toronto: De Gruyter Mouton, n. 225, 2018, p. 489-506

SODRÉ, Muniz. **As estratégias sensíveis: afeto, mídia e política**. Rio de Janeiro: Vozes, 2006.

TAYLOR, Charles. **Sources of the self: the making of modern identity**. Cambridge, MA: Harvard University Press, 2001.

TRECCANI. **Vocabolario on line della lingua italiana**. Disponível em: <http://www.treccani.it/vocabolario/>. Acesso em 4 abr. 2019.

TURNER, Graeme. **Ordinary people and the media: The demotic turn**. Sage: London, 2001.

WAISBORD, Silvio. Populismo e mídia: o neopopulismo na América Latina. **Contracampo**, v. 28, n. 2, 2013.

WAISBORD, Silvio; Amado, Adriana. Populist communication by digital means: presidential Twitter in Latin America. **Information, Communication & Society**, 20 (9), 2019, p. 1330-1346.