

A Linguagem Política na Era Digital: O Populismo de Matteo Salvini na Itália

Political Language in the Digital Age: Matteo Salvini's Populism in Italy

*João Carlos Soares Zuin¹ 

Resumo

Neste artigo, fornecemos uma interpretação da linguagem política populista de Matteo Salvini na Itália. Analisando a forma e o conteúdo das manifestações estéticas e políticas postadas na mídia digital, buscamos demonstrar a força das palavras e imagens emotivas na construção de uma nova subjetividade e audiência política, que possibilitou o sucesso do partido Lega na eleição italiana de março de 2018.

Palavras-chave: Matteo Salvini. Lega. Populismo Digital.

Abstract

In this article, we provide an interpretation of Matteo Salvini's populist political language in Italy. Analyzing the form and content of the aesthetic and political manifestations posted on the digital media, we seek to demonstrate the strength of the emotional words and images in the construction of a new subjectivity and political audience, which enabled the success of the Lega party at Italian election of March 2018.

Keywords: Matteo Salvini. Lega. Digital Populism.

Outros tempos, outros pássaros, outros pássaros, outros cantos.
Heinrich Heine, *Atta Troll*

O populismo contemporâneo apresenta diversas singularidades econômicas, políticas e culturais que o diferenciam substancialmente das formas históricas manifestadas no passado. O sentido e o significado do populismo na sociedade capitalista contemporânea estão distantes dos valores e das concepções de mundo dos camponeses, trabalhadores assalariados urbanos e das forças políticas que o promovem nos séculos XIX e XX na Rússia, nos Estados Unidos e na América Latina.

¹ Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho", Faculdade de Ciências e Letras, Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, Campus de Araraquara, (PPGCS/UNESP/Ar, Araraquara, SP, Brasil). ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2397-3422>.

É preciso analisar o populismo contemporâneo como um complexo fenômeno político *reativo* às profundas transformações ocorridas na sociedade civil e no Estado nacional com a globalização econômica e política, a nova ordem mundial e a hegemonia cultural, econômica e política do neoliberalismo.

Na era do capitalismo globalizado e da hegemonia do pensamento neoliberal o acelerado avanço da desnacionalização do senso da existência (a supressão da memória histórica e política do século XX, a perda de prestígio dos partidos políticos de massa, a negação do conflito político entre os valores e as concepções de mundo da direita e da esquerda, a despolitização de massa, a descrença nas representações coletivas e nas instituições públicas), do hiperindividualismo e do cosmopolitismo abstrato (os estímulos ideológicos para que o indivíduo exista como cidadão do mundo através do mercado e do desempenho pessoal, a viver sem estar vinculado politicamente com as representações coletivas nacionais, a basear o significado da identidade na vontade e no interesse pessoal) romperam os vínculos sociais, as identidades coletivas e o senso de pertença historicamente rotinizados na sociedade industrial e nacional. O aumento da migração em direção aos países ricos do ocidente transformou a composição demográfica, alterou os valores culturais, introduziu novas formas de religião, vestimenta, alimentação, mentalidade e comportamento. A acelerada modernização neoliberal promoveu complexas desestabilizações e transformações radicais no nível e no modo de vida das pessoas. Conforme veremos, uma das características do populismo contemporâneo apontada pelo cientista político Dominique Reynié (2013) é o “populismo patrimonial”: uma resposta política à deterioração da renda e dos recursos daqueles que não se beneficiaram com a globalização econômica e política, mas também, ao problema concreto da “insegurança identitária”, que cresceu no curso dos processos políticos e culturais que modificaram o sentido da vida social em múltiplos aspectos e formas, valores e visões de mundo, conteúdos normativos e políticos.

Na realidade social sempre mais decomposta e fragmentada, na qual o indivíduo atomizado deve fazer contas complexas com o novo e o desconhecido, o imprevisto e o incerto, o indefinido e o estranho, o populismo contemporâneo cresceu como uma força política baseada na refutação da abrangência dos direitos sociais e econômicos aos imigrantes, na restrição do acesso dos imigrantes aos direitos humanos fundamentais (imigração, refúgio, asilo, obtenção de cidadania), na defesa e proteção das fronteiras, no retorno aos valores tradicionais da nação, na exaltação da soberania do povo autóctone, no combate contra às elites nacionais e transnacionais responsabilizadas pelas desigualdades de renda, recursos, oportunidades. O amplo leque de questões sociais, que pode ser aumentado no curso das contradições e tensões geradas dentro das sociedades capitalistas nacionais e, no plano externo, pela lógica de produção e extração de valor da sociedade capitalista globalizada, o populismo contemporâneo é uma manifestação das lutas de classes por renda e recursos, conquista da hegemonia política e da possibilidade objetiva de reordenar o sentido e o significado da sociedade e do Estado nacional. É uma força política capaz de envolver no plano do discurso político os interesses particulares imediatos dos pequenos e médios comerciantes, empresários e produtores (incapazes de competir com as forças econômicas das multinacionais globalizadas) com aqueles dos trabalhadores assalariados desempregados, trabalhadores flexíveis e precários e da classe média convulsionada pela diminuição de postos de

trabalho na esfera pública, pelos impactos mortais no emprego provenientes das revoluções tecnológicas e das dinâmicas de deslocamento da produção.

O populismo contemporâneo prosperou politicamente com o fim da “*belle époque* da globalização” (GIACCHÉ, 2002; REVELLI, 2010, p. 24; VECA, 2010, p. 150), iniciada nos anos de 1990 e concluída com as devastadoras crises econômicas e financeiras de 2007 e 2010. Os efeitos da recessão econômica aumentou a visibilidade e a audiência do discurso político populista em diversos países europeus, especialmente, na Itália, país no qual o populismo está politicamente disseminado nas últimas três décadas nos governos de Silvio Berlusconi (1994-1995, 2001-2006 e 2008-2011) e de Giuseppe Conte (2018 e 2019), com a coalisão entre as duas forças populistas vitoriosas nas eleições de março de 2018: o Movimento 5 Stelle comandado por Beppe Grillo e a Lega dirigida por Matteo Salvini), nos principais atores políticos como Umberto Bossi (criador e líder do partido político separatista Lega Nord em 1989, deputado, senador e ministro no governo Berlusconi), Beppe Grillo (criador e líder do Movimento 5 Stelle em 2009) e Matteo Salvini (inscrito na Lega Nord desde 1990, deputado, deputado europeu, senador, ministro do interior e vice-primeiro-ministro no governo Conte entre 2018 e 2019). No curso dos últimos trinta anos, para diversos autores, a Itália é o principal “laboratório político” do populismo (DEMICHELIS, 2018; LAZAR, 2012; REVELLI, 2017; TARCHI, 2015, 2019).

Neste artigo, o populismo contemporâneo é investigado metodologicamente através da interpretação do sentido e do significado das manifestações estéticas e políticas postadas por Matteo Salvini nas redes sociais digitais (*Facebook*, *Instagram* e, especialmente, no *Twitter*). Na análise metodológica da estética social e política importa compreender a força das palavras e dos símbolos em penetrar “*fisiologicamente* no corpo social e na existência das pessoas que dele fazem parte” (CARNEVALI, 2012, p. 117), capturar a atenção dos cidadãos-espectadores, “estimular o gosto e excitar o desejo” e “transformar o mundo sensível compartilhado” (CARNEVALI, 2012, p. 150). Na análise da linguagem política do populismo de Matteo Salvini postada nas plataformas digitais, procuramos dotar de sentido e significado 1) as principais palavras e as sintaxes realizadas para construir um consenso político midiático, 2) as intervenções políticas em um período sociopolítico denso em tensões e conflitos, 3) os gestos e as aparências sociais da figura do líder e as formas de interação com as pessoas. As manifestações políticas digitais possibilitam compreender como uma “astúcia retórica” foi capaz de seduzir e capturar a atenção do intelecto e das emoções dos indivíduos e das pessoas, influenciando capilarmente os comportamentos e mentalidades dos frequentadores dos meios digitais. Escolhemos, como exemplo desta técnica de sedução política baseada na força das *mensagens políticas emotivas* vinculadas às situações conflituosas e dramáticas, postagens que continham como mote os problemas da insegurança, do desemprego, da imigração, da identidade e da soberania.

A investigação privilegiou as manifestações estéticas e políticas postadas no intervalo temporal de um ano, entre 2016 e 2017 no *Twitter*, período no qual Salvini assumiu a posição de hegemonia dentro da Lega Nord, modificou o nome do partido para *Lega* e ambicionou conquistar o discurso político nacional para obter a hegemonia cultural e política necessária para redefinir os valores, e os direitos contidos na constituição italiana de 1948. A estratégia comunicativa efetuada em 2017 (desenvolvida desde 2014 e posta em ação em 2016 por Luca Morisi), denominada *La Bestia*, segundo o

expert em marketing digital Alessandro Orłowski, era “no início uma simples ferramenta de monitoramento e análise dos sentimentos”, que posteriormente “foi refinada através das análises das postagens do *Facebook* e *Twitter* e a sinergia com a *mailing list*”. Ver Forti (ORŁOWSKI, 2018, tradução nossa) foi capaz de reverter uma acentuada queda eleitoral da Lega Nord e tornar a Lega a principal força política na Itália em 2019 e 2020. Postando diariamente diversas mensagens, entrevistas, vídeos, fotos, *selfies* no *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, em média uma postagem a cada duas horas simultaneamente em cada uma das redes sociais digitais, o líder da Lega alcançou extensos dividendos políticos na eleição de 4 de março de 2018, e tornou a Lega a principal força do populismo na Itália em 2019 e 2020, potencializando a figura de Salvini como uma das mais influentes lideranças políticas do populismo na Europa.

1. O Populismo Contemporâneo

A definição conceitual do populismo contemporâneo acompanha a imensa dificuldade de síntese conceitual do populismo desde o final do século XIX e no século XX. O cientista político italiano Marco Tarchi (2015, 2019) afirma que é preciso enfrentar cientificamente o “complexo de Cinderela”, expressão criada por Isaiah Berlin aludindo ao problema real e concreto de que o populismo existe, mas suas manifestações da realidade refutam os esforços da síntese e do conceito. Tarchi sugere que o populismo pode ser compreendido como forma mentis, uma específica mentalidade baseada na “crença na virtude inata do povo, em cujo domínio assenta a fonte de legitimação da ação política e de governo”² (TARCHI, 2015, p. 52). A concepção de mentalidade de Marco Tarchi acentua a força do “universo mental populista” em agir dentro da lógica dicotômica e maniqueísta, que contrapõe o povo e o não-povo, o povo e as elites, o homogêneo e o heterogêneo, o líder do povo e as lideranças cosmopolitas. Logo, o populismo compreendido como uma concepção de mundo tem no seu núcleo as tradições e os hábitos formados no longo curso histórico do passado até o presente, e que coloca em questão todo aquele que é identificado como diverso, estranho, estrangeiro, que não pertence ao povo “autêntico” e ao espaço da nação, e que devem ser suprimidos politicamente para que se restabeleça a “totalidade orgânica artificialmente dividida por forças hostis” (TARCHI, 2015, p. 77).

A mentalidade populista reage aos acelerados e dinâmicos processos de modernização econômica, política e cultural, identificados como externos e introjetados na nação através de uma aliança formada pelos interesses particulares das elites nacionais e internacionais (que não representam o povo porque não sentem e aspiram, agem e pensam como o povo identificado pelo discurso populista como uma entidade homogênea formada por trabalhadores, comerciantes e empresários, pessoas integras, honestas, “de bem” e, sobretudo, plenamente vinculadas com o mecanismo dicotômico e maniqueísta existente no núcleo da tradições e nos costumes: a comunidade dos iguais e o diverso, o amigo e o inimigo. É um mérito de Tarchi problematizar a complexidade dos diversos conflitos emotivos entre a concepção de mundo nacional monocultural e o cosmopolitismo abstrato difundido no curso da globalização econômica e política baseado na extrema valorização do individualismo,

² Todas as traduções em língua estrangeira são de minha responsabilidade.

no desenraizamento da pessoa do senso da vida comum, no consumismo como forma de estar no mundo e na desvalorização da comunidade local e do Estado nacional.

O cientista político Alfio Mastropaolo, autor de importantes reflexões acerca do curso complexo da democracia no século XX, destaca que o “populismo não é um programa político, nem uma concepção de mundo e, portanto, uma ideologia” e que pode usar e combinar valores e programas dos “espectros políticos da direita e da esquerda” (MASTROPAOLO, 2005, p. 51). Mastropaolo enfatiza que o populismo é um estilo “que se funda sobre a retórica tecida ao redor do povo” composto “por pessoas comuns e pelo homem de estrada”, virtuosas, dotadas de uma sabedoria empírica e imediata, transmitida pelas gerações e legitimadas pelos costumes. A retórica do povo virtuoso é contraposta as manifestações do elitismo cosmopolita, dos vícios morais dos poderosos e dos políticos de profissão, do egoísmo dos grandes empreendedores e banqueiros, da arrogância e soberba dos intelectuais. A linguagem populista foi construída em contraposição ao discurso dos atores políticos e culturais hegemônicos no século XX: os especialistas, os técnicos, os profissionais de alto rendimento, as elites econômicas, políticas e culturais. Mastropaolo enfatiza na retórica populista a força sedutora do anti-intelectualismo e a exaltação da sabedoria inata do povo como fatores que promoveram novas formas de vínculos identitários, laços de reconhecimento recíproco entre o líder que fala como o povo e o povo que se reconhece na retórica simples, direta, emotiva do líder.

O populismo, compreendido como “forma mentis” ou “estilo” político é uma construção política própria do tempo histórico sucessivo à destruição da democracia moderna (da forma mais substancial de democracia no século XX ocorrida entre 1945 e 1975), ao fim da URSS, as expansões e conquistas de posições e espaços efetuadas pelas principais forças econômicas da sociedade capitalista globalizada (as grandes corporações transnacionais, as instituições políticas internacionais, aos blocos de poder transnacionais). Na nova ordem mundial que, paradoxalmente, criou sucessivas desordens políticas na economia, na política e na cultura, o populismo contemporâneo é um ator político próprio da era do acirramento das disputas entre as forças sociais e políticas por renda e recurso, direitos e particularismos, hegemonia e poder, necessários para redefinir o senso e o sentido da sociedade e do Estado-nação: quem é membro do povo e deve ter direitos e quem não o é e, portanto, não deve tê-los; quem é o “verdadeiro” cidadão e quem não o é e deve, portanto, existir obedecendo; o que é autêntico e originário e deve, portanto, ser protegido e reconhecido como membro do povo e quem não o é e pode, portanto, ser expulso da comunidade de iguais.

O populismo contemporâneo não é uma patologia social da democracia, mas expressão da radicalidade das lutas sociais e políticas entre as partes e as facções das classes sociais dominantes no contexto do capitalismo globalizado: a competição extrema entre as frações das elites dominantes inseridas com sucesso na globalização e as frações das classes dominantes nacionais (capazes de atrair vastos setores das classes sociais proletárias e médias que vivem no território nacional ameaças perenemente pelo trabalho sempre mais flexível e precário e, no limite extremo da angústia, pelo desemprego e empobrecimento, pela vida precária). O populismo contemporâneo decorre dos processos sociais que neutralizaram e suprimiram o valor econômico, político e cultural do universal, em dois fundamentais sentidos essencialmente políticos: por um lado, o ser humano como

parte de um gênero humano, de uma humanidade, de ser reconhecido como um ser de direitos e, por outro, do Estado-nação compreendido como a construção política na qual as partes existem enquanto tais, mas se reconhecem como um povo composto politicamente pelos acordos e compromissos entre as forças sociais e políticas, pela universalidade concreta da liberdade e da igualdade, pelos sistemas de segurança e proteção social, pelo Estado social.

Na “era da raiva” (MISHRA, 2018) o discurso populista contemporâneo instrumentaliza as emoções e as paixões, as vontades e os interesses indivíduos fragmentados e despolitizados visando legitimar as segmentações, polaridades e hierarquias construídas pela política identitária, chauvinista e xenofóbica que almeja redefinir a questão nacional. É possível dizer que o populismo contemporâneo atualiza e potencializa uma máxima contida na terapia política que Gustave Le Bon formulou para o problema das crises sociais e políticas: o condutor da massa deveria “utilizar os impulsos afetivos e os místicos das pessoas como um meio de ação” e “dar uma orientação racional, é um dos segredos da arte de governar” (LE BON, 1913, p. 186). É o que pretendemos investigar nas manifestações estéticas e políticas contidas na comunicação política digital efetuada por Matteo Salvini:

1) A linguagem política simplificada, breve e emotiva: as manifestações comunicativas do populismo desqualificaram as narrativas históricas e políticas dos partidos tradicionais e dos políticos profissionais (DAL LAGO, 2017; MASTROPAOLO, 2005; TARCHI, 2015), identificadas como ultrapassadas, intelectualistas, abstratas, prolixas, enganadoras, mentirosas. A estratégia comunicativa baseada na simplificação lexical e sintática, na permanente repetição de *slogans*, na utilização dos *emologismos* – “palavras símbolos”, “palavras ícones”, compostas por conteúdos sentimentais e emotivos que procuram “atingir o instinto dos eleitores, os seus sentimentos” (ANTONELLI, 2017, p. 7) – favoreceu os processos linguísticos conativos e psicológicos de identificação e interiorização, ao mesmo tempo, que colaboraram na formação das conexões políticas que envolveram a figura do líder (aquele que fala como e para o povo, que o defende e protege) e os indivíduos atomizados. A força da narrativa política emotiva que revigora os valores e símbolos contidos na “história profunda” (formada por tradições, costumes, sentimentos e normas de longa existência temporal), busca atingir as diversas necessidades emocionais dos órfãos da comunidade na sociedade capitalista globalizada (HOCHSCHILD, 2016, p. 135). A linguagem política que manipula “o medo, o ressentimento e a intimidade” dos indivíduos, canalizando-os politicamente nas batalhas contra as elites e os imigrantes, pretende restabelecer um “senso de vida comunitário” (ILLOUZ, 2017). A estratégia comunicativa do uso repetitivo de palavras como “amigo”, “nós”, “povo”, de *slogans* e hashtags como “primeiro os italianos”, “viva a Itália”, “amo a Itália”, “stop invasão”, “clandestinos”, “terroristas”, “vamos ser uma equipe”, “governar juntos”, “não desistimos”, “eu não desisto, e você?”, “é possível mudar”, “bom senso”, “libertação”, “liberdade”, “ordem” (SALVINI, 2017) gerou uma nova construção da subjetividade e da identidade comum que envolveu, agregou e orientou os indivíduos fragmentados e debilitados pelos efeitos da globalização econômica e política e das crises econômicas.

2) As palavras agressivas e a criação da figura do inimigo: o populismo contemporâneo utiliza permanentemente a linguagem política ofensiva e vulgar (ANTONELLI, 2017; DE MAURO, 2017; SARACENO, 2017; ZICCARDI, 2019),

composta por palavrões, insultos, palavras de baixo calão, injúrias. As palavras de ódio e a manipulação sistemática das paixões tristes (o ódio, a raiva, a fúria, o medo) buscam desqualificar os adversários, obstruir o debate das ideias e construir a figura do inimigo interno (os partidos tradicionais e os políticos profissionais, as elites, os intelectuais, os meios de comunicação) e externo (aqueles que invadiram e destruíram a ordem social tradicional e a soberania nacional como os políticos e tecnocratas da União Europeia, as corporações transnacionais, os imigrantes sem documentos de estada). A agressividade e violência verbal que visa anular os argumentos dos adversários e inimigos, dissemina na sociedade os processos culturais e políticos de não-reconhecimento, discriminação e desumanização. O populismo contemporâneo necessita da figura do inimigo para alcançar a hegemonia cultural e política necessária para refazer na ordem social os valores e as linhas de inclusão e exclusão, os mecanismos jurídicos e políticos dos direitos para os membros do povo “autêntico”, “verdadeiro” e de expulsão da sociedade civil dos “invasores”, “clandestinos”, “parasitas” e “traidores” (SALVINI, 2016, 2017). Necessita, em especial, da construção social da figura do imigrante como sendo incapaz de compreender e estar integrado nos valores da civilização italiana e europeia, propenso, por sua “natureza”, a ser violento, agressivo, aproveitador e parasitário dos direitos sociais e econômicos, delinquente e traficante de drogas e potencial terrorista (BURGIO, 2001; CANFORA, 2019; DAL LAGO, 2004; FERRAJOLI, 2009, 2011; RIVERA, 2003).

3) A política do medo: a situação econômica da queda do nível de vida e as transformações culturais e políticas no modo de vida produziram para o cientista político Dominique Reynié o fenômeno do “populismo patrimonial” (REYNIÉ, 2013, p. 37), composto pela articulação entre o “populismo material” (que envolve os elementos que determinam o nível de vida das pessoas, tais como, a queda do poder de compra, a dificuldade em pagar os tributos e impostos, o custo elevado do investimento pessoal na saúde, educação, segurança e qualificação pessoal e profissional) e o “populismo imaterial” (o medo oriundo pela transformação nos valores e nos hábitos, pelas alterações nas identidades tradicionais e nos modos de relacionamento, pela desestabilização e relativização do senso de pertença à nação). Na situação diária de insegurança, incerteza, imprevisibilidade, o líder populista afirma ser o único defensor do trabalho e dos direitos dos cidadãos autóctones, dos valores e das tradições nacionais, dos negócios e das empresas pequenas e médias profundamente afetadas pelo acirramento da concorrência e da competitividade. A manipulação permanente da política do medo (BURGIO, 2001; DIAMANTI, 1993; ROSA, 2018) visa alcançar um rápido consenso político baseado na dicotomia e no maniqueísmo (o “nós” contra o “eles”, os “bons” contra os “maus”, o “povo” contra as “elites” e os “inimigos”, os “amigos” contra os “inimigos”), forte o suficiente para redefinir diversas questões sociais: a segurança interna (leis mais rígidas para os delitos de rua e para os imigrantes sem documento de estada), a segurança externa das fronteiras (a ampliação da vigilância e do controle policial e militar que impeça a “invasão” de imigrantes), a soberania do povo (a defesa dos valores, das tradições e dos interesses da maioria da população), a expulsão em massa dos imigrantes indesejáveis. O discurso do medo é utilizado para estimular o retorno dos indivíduos fragmentados e fragilizados ao interior da comunidade dos iguais protegidos pela figura do líder.

Em toda manifestação estética e política efetuada por um determinado grupo e força social, há uma aparência social que está relacionada fisiologicamente com a

realidade social existente: as falas e os gestos, os discursos e as concepções de mundo respondem aos problemas e tensões sociais, às relações de força entre as forças sociais, às lutas de classes por renda, recursos, oportunidades, bem como, reconhecimento, emancipação, conquista da hegemonia, poder. No curso histórico da modernidade, em suas diversas fases e formas, é preciso entender como a aparência social de uma força social e política funciona produzindo valores, sintaxes, proposições, juízos avaliativos que estão vinculados com as necessidades lógicas e interesses particulares do grupo social na realidade social concreta

2. O Populismo de Matteo Salvini

No ambiente digital, o populismo contemporâneo é uma forma de construção de consensos políticos que proporciona a ampliação da voz e a difusão da imagem do líder político que, diariamente, apresenta a sua opinião acerca das complexas questões sociais do cotidiano. Na investigação das manifestações estéticas e políticas de Matteo Salvini é possível observar os diversos processos de utilização política de palavras e símbolos identitários (a escavadeira, “ruspa”, utilizada concretamente para derrubar barracas, habitações e negócios informais dos imigrantes e ciganos, limpando o terreno das cidades italianas, como também, possui a função simbólica de “limpar” normas e leis constitucionais vigentes, partidos tradicionais e atores políticos na sociedade italiana; a utilização de camisetas e agasalhos com *slogans* estampados; a exaltação da ordem e das forças policiais e militares; a utilização do rosário e do crucifixo em comícios políticos; a retórica da “invasão” e da “clandestinidade”; a defesa da família tradicional; a defesa dos italianos; a linguagem do amor e da amizade, o apelo ao “bom senso”), de estigmatização cultural e política dos inimigos internos e externos (denominar os adversários políticos como “idiotas”, “pidiotas”, “nojentos”, “traidores”, “lixo”, “covardes”, “não são normais”, “me faz rir”, “anti-italiano”, “são loucos”, “vergonhoso”, “perdedores”, “tagarela”, “dono de poltrona” no parlamento, “tolos”, “raivosos”, “racistas com os italianos” desqualificar os intelectuais com aumentativos usados ironicamente: “intelectualzão”; “professorzão”; identificar os imigrantes como “falsos refugiados”, “delinquentes”, “traficantes de droga”, “criminosos”, “estupradores”, “proveitadores” (SALVINI, 2016, 2017).

As “palavras para ferir” são manifestações da cultura da “intolerância, xenofobia, racismo” (DE MAURO, 2017). São usadas politicamente com a intenção de aglutinar os indivíduos que, na esfera privada, compartilham as mesmas sensações, valores morais e visão de mundo. Mais além da refutação da linguagem do politicamente correto, o líder populista procura manifestar-se como um ator político forte, autêntico, enérgico, sincero, impetuoso, desprovido de medo e temor, capaz de ofender e combater publicamente na rua, na praça, nos programas nos meios de comunicação tradicionais (rádio, televisão), nos comícios, no parlamento, nas redes sociais digitais os privilégios e os poderes das elites econômicas, políticas e intelectuais. Utiliza a linguagem de fácil compreensão e a “vulgar eloquência” com a intenção de “criar a empatia” e “conquistar a confiança” que a comunicação digital proporciona, como o “contato direto muito semelhante a um bate-papo entre amigos”, capaz de formar um “espelhamento” perfeito entre a imagem e a linguagem do líder político e aquela das pessoas comuns (ANTONELLI, 2017, p. 22-23).

Na sociedade capitalista contemporânea, a dominação ideológica não é gerada apenas pela produção e controle das palavras que formam os valores e as concepções de mundo, mas, sobretudo, pela construção política das emoções e dos sentimentos. Dois filósofos italianos de formação cultural e política radicalmente distintas, Domenico Losurdo e Marco Tarchi, em suas análises acerca do sentido e significado das lutas sociais e políticas na sociedade capitalista contemporânea, colocaram em destaque o salto de qualidade das revoluções tecnológicas que possibilitaram à política instrumentalizar os sentimentos e as paixões, gerando, como imensa rapidez e eficácia, uma nova e funcional subjetividade nos indivíduos e cidadãos. Losurdo enfatizava que os fantásticos progressos das forças produtivas nos meios de comunicação e informação, possibilitam às forças econômicas e políticas a “mobilização total” das emoções através da permanente exibição de imagens e narrativas impactantes, capazes de “produzir a manipulação da indignação” através da “capilaridade e penetração sem precedentes” (LOSURDO, 2014, p. 74-75). A mobilização total das emoções é acompanhada pela manipulação total da realidade, de modo que, a natureza da luta de classes na atualidade “funda a sua potência sobre o monopólio da produção das ideias, mas também e, sobretudo, das emoções” (LOSURDO, 2014, p. 13). Tarchi ressalta que a força do populismo contemporâneo germina e cresce no contexto social de profundas transformações materiais e imateriais ocorridas em todos os espaços da sociedade e do Estado nacional. A “incapacidade da política *mainstream* de compreender o papel das paixões e das emoções” no “contexto de dramatização emotiva” (TARCHI, 2015, p. 155) possibilitou ao discurso populista um amplo campo de manobra para afirmação dos seus valores e interesses. A construção social das emoções está profundamente vinculada com o acirramento da luta política pela conquista do discurso e da hegemonia entre as forças sociais e políticas na era das inauditas, sucessivas e acumulativas crises sociais.

A construção política das emoções e da subjetividade era a principal tarefa dos “condutores das massas” segundo o diagnóstico social que Gustave Le Bon efetuou em *Psicologia das massas*. No capítulo intitulado “Os condutores das massas e seus meios de persuasão”, o ensaísta francês afirmou que “criar a fé, quer se trate de fé religiosa, política ou social, da fé em uma obra, em uma pessoa, em uma ideia, esta é o principal papel dos grandes condutores” (LE BON, 1919, p. 99). No contexto histórico da “era das massas”, das “transformações” e “revoluções” (LE BON, 1919, p. 2), na qual os antigos valores e ideais eram radicalmente modificados e as novas condições de existência implicavam em dolorosos processos emotivos e cognitivos, a criação da fé e da esperança envolvia a “potência das palavras” e das “imagens que elas evocam, independentemente do seu significado real” (LE BON, 1919, p. 84). É possível dizer que a figura do líder e do “condutor da massa” adquire uma nova conotação no final do século XX e início do século XXI na era da *storytelling* (SALMON, 2008), da narrativa cuja existência independe da realidade objetiva (baseada em opinião e fabulação), e da política reduzida ao *marketing* eleitoral. Agindo como o novo condutor dos indivíduos atomizados e desorientados, o político populista mobiliza as emoções e os sentimentos do “cidadão espectador/consumidor” (ERCOLANI, 2013, p. 15). Sua força política reside na capacidade retórica em estabelecer oposições maniqueístas nas diversas batalhas culturais, econômicas e políticas: contra os partidos políticos tradicionais, contra as

elites nacionais e internacionais, contra os juízes que fazem valer os limites que a lei e a constituição impõem aos políticos, contra os tratados internacionais assinados no século XX, contra o sistema de mediações políticas, contra o multiculturalismo, contra o universalismo concreto dos direitos sociais e econômicos, contra o universalismo concreto dos direitos humanos fundamentais, contra a globalização econômica e política e contra os imigrantes. O populismo emotivo, construído pelo marketing e pela análise permanente da reação das pessoas após as postagens políticas digitais, produz uma narrativa capaz de efetuar a produção imediata da “indignação”, da “demonização” do inimigo, da “desinformação”, da “representação maniqueísta da realidade” e da “manipulação total” (LOSURDO, 2014, p. 75,80,85, 101).

O fator emotivo é fundamental para compreendermos a força do populismo contemporâneo. As revoluções tecnológicas na comunicação e informação digital amplificaram o alcance da voz e da visibilidade do corpo (real e digital) dos novos atores políticos, superando o impacto da dimensão comunicativa obtida pelos meios de comunicação de massa no século XX (o jornal, o rádio, o cinema, a televisão que, cada qual ao seu modo e no seu respectivo tempo histórico, modificou a forma e o conteúdo da política). A força da linguagem política na era digital reside na capacidade em manipular e dirigir os sentimentos e as emoções de raiva, ódio, fúria, rancor e ressentimento para derrotar os inimigos, assim como dirigir os sentimentos de afeição, amor, amizade, afinidade e esperança na reconstrução da comunidade dos iguais dentro do Estado nacional.

A linguagem política digital de Salvini aplica as estratégias de comunicação dos “condutores das massas”: a “afirmação, a repetição e o contágio” que quanto mais for “concisa, desprovida de provas e demonstrações, maior será a sua autoridade” (LE BON, 1919, p. 103). Prestígio político construído diariamente através da retórica, dos gestos, dos simbólicos e dos *slogans* que, após a análise de capacidade conativa e política alcançada, são aperfeiçoados em tempo real no laboratório do *big data, data base, data analytics, trend topics, chatbot*. As estratégias de gestão e análises dos dados colhidos e elaborados pelos profissionais de diversas áreas de conhecimento como “*web designer, copywriter* que possam desenvolver conteúdos para a web em geral e para os *social network* [sic], em particular, os especialistas em *marketing*” e os “especialistas em comunicação, os *spin doctor*” (ZICCARDI, 2019, p. 65), colaboram na captura, manutenção e ampliação da audiência política.

3. Em Nome do Povo ou a Redefinição Cultural e Política da Democracia e da Nação?

“Sou orgulhosamente populista, pois se ser populista significa estar entre as pessoas e procurar resolver os seus problemas, então eu o sou”, afirmou Matteo Salvini nas postagens no *Facebook* e no *Twitter* em 30/12/2017, em resposta dirigida ao premiê Matteo Renzi que o acusara pejorativamente de ser populista. Salvini comunica nas postagens a permanente atenção com o nível e modo de vida dos indivíduos e cidadãos, visitando regularmente os mercados e as feiras, os lugares de trabalho e comércio, as praças públicas e os bairros das diversas cidades e de todas as regiões do país. Uma construção estética e política repetidamente utilizada em 2017, que envolvia a conversa in loco com as pessoas e os produtores, a prova dos produtos

e o elogio da qualidade, o estímulo para compra do *made in Italy*, fotografias e *selfies* que formavam a ornamentação estética e política do líder com as pessoas que compõem o povo. A intenção política das postagens é expor o movimento permanente do líder político, trabalhando antes e depois das eleições pelo bem-estar do povo, demonstrando preocupação com as necessidades e expectativas dos trabalhadores e pequenos e médios produtores.

São diversos os conteúdos das postagens realizadas no *Facebook*, *Instagram* e *Twitter*: frases políticas contundentes e agressivas, mensagens religiosas, exposição pública dos gostos culinários e futebolísticos, fotos familiares, defesa dos animais, combate às “invasões” dos imigrantes, ofensas aos políticos tradicionais, fotos com todos os membros das forças públicas da ordem e da segurança, incentivo à compra de produtos e bens *made in Italy*, preocupação com os idosos, visita aos lugares degradados nas cidades, sentimentos aos falecidos, conforto às vítimas dos terremotos e inundações, etc. A variedade de temáticas visa alcançar a maior abrangência possível dos interesses e problemas contidos nas diversas formas de vida e subjetividade: idade, sexo, trabalho, renda, localização geográfica, família. As mensagens exploram a verticalização da política na figura do líder, sempre presente na ornamentação política composta pela junção da sua imagem com as pessoas comuns que representam povo trabalhador, honesto e virtuoso.

No curso da eleição de 2018, Salvini buscou aumentar a audiência política através de cinco grandes temas de forte impacto emotivo e político: a insegurança, o desemprego, a imigração, a identidade e a soberania. Os cinco temas não são exclusivos da linguagem populista, mas é possível dizer que formam o núcleo um discurso político que não apenas capturou a atenção dos indivíduos e das pessoas, mas soube construir uma retórica política que advoga para si a exclusividade da defesa do nível e do modo de vida de uma constelação de forças sociais que foram postas para fora do sistema de proteção econômico e político do capitalismo globalizado. A estratégia das postagens envolveu a divulgação de uma notícia do cotidiano ou a problematização de uma grave questão social, a agressiva imputação da culpabilidade às elites, a utilização de palavras em letra maiúscula e pontos exclamativos, a repetição de *slogans*, o convite para o leitor clicar em hashtags vinculativas que ampliam o alcance e a extensão das mensagens do líder.

No limite deste artigo, destaco cinco conjuntos de postagens acerca de cada temática que potencializaram o prestígio e a distinção de Matteo Salvini e da Lega na eleição de 2018. As frases escolhidas contêm elementos fundamentais da manifestação estética e política do populismo de Matteo Salvini: o uso de metáforas para efetuar analogias históricas de forte impacto emotivo, a linguagem irônica e agressiva aos adversários políticos, a amplificação do medo e da insegurança, a construção da figura do inimigo interno e externo da pátria, a defesa do povo e da pátria. Os cinco temas estão presentes em diversas formas nas mensagens postadas diariamente no *Twitter*, no *Facebook* e no *Instagram* e escolhemos aquelas que são mais contundentes e expressivas da manifestação estética e política de Matteo Salvini no ano anterior da importante eleição de 2018:

1) **A insegurança:** as manifestações estéticas e políticas acerca das transformações no modo de vida (nos valores e nas tradições) inflacionam a insegurança e o medo, a raiva e o ressentimento. As postagens exploram os casos cotidianos de delinquência, agressões, assaltos, violências, mortes, noticiados pelos

meios de comunicação e cujo agente é um imigrante. A estratégia política da repetição das notícias que vinculam a presença dos estrangeiros ao aumento dos casos de violência possui um duplo objetivo: fazer com que as pessoas não esqueçam que os responsáveis pelas violências são os imigrantes (uma estratégia política que nega o fundamental princípio da responsabilidade pessoal que marca o direito moderno e afirma a culpabilidade coletiva, grupal, étnica), e os políticos profissionais italianos e europeus que permitiram a sua presença no solo pátrio:

- “Artigo 52, defender à pátria é um sagrado dever dos cidadãos. A Itália é invadida por centenas de milhares de CLANDESTINOS.” (SALVINI, 2016b, tradução nossa).

- “Por três anos, peço um BLOQUEIO NAVAL para parar os barcos nas águas líbias, salvar vidas e bloquear a INVASÃO #stopinvasão.” (SALVINI, 2017e, tradução nossa).

- “O bondoso e tolerante Saviano não quer a castração química para os estupradores. P.s. O desprezo do senhor @robertosaviano é para mim uma medalha.” (SALVINI, 2017f, tradução nossa).

- ““Os imigrantes de sete países islâmicos não poderão entrar nos EUA pelos próximos três meses”. Racista? Não, simplesmente FANTÁSTICO”. (SALVINI, 2017a, tradução nossa).

- “Perdemos 6 meses. Enquanto isso as nossas cidades são INVADIDAS, a imigração alcançou o nível de catástrofe natural.” (SALVINI, 2017b, tradução nossa).

2) *O desemprego*: o desemprego crescente nas diversas faixas de idade, em especial dos jovens, e os efeitos dramáticos da queda do nível de vida e da situação de carência material, são retratadas como consequências das decisões políticas (especialmente do Partido Democrático que governava a Itália) e da União Europeia, do euro, que impede o exercício da soberania monetária, das decisões dos tecnocratas de Bruxelas que determinam as normas nas matérias que regem o trabalho e a comercialização dos produtos dentro do território italiano. As mensagens dramatizam a situação de milhões de desempregados vítimas das ações nefastas dos políticos e da “invasão” dos imigrantes:

“A política italiana deve RESOLVER os problemas dos ITALIANOS!” (SALVINI, 2016e, tradução nossa).

“Com 4 MILHÕES de DESOCUPADOS, eu penso PRIMEIRO OS ITALIANOS!” (SALVINI, 2016d, tradução nossa).

“Não compreendo porque com 4 milhões de ITALIANOS DESOCUPADOS devemos pagar CAFÉ DA MANHÃ, ALMOÇO, JANTA, CELULARES aos CLANDESTINOS.” (SALVINI, 2016h, tradução nossa).

“Comprar ITALIANO, consumir ITALIANO e contratar ITALIANO.” (SALVINI, 2016c, tradução nossa).

“Quero um governo que DEFENDA o made in Italy.” (SALVINI, 2017o, tradução nossa).

3) *A imigração*: a permanente afirmação de que a Itália está sendo invadida por hordas de imigrantes que retiram o trabalho dos italianos e buscam benefícios sociais. A permanente exposição de imagens que expõem os imigrantes e estrangeiros como seres patogênicos, aproveitadores do sistema e usurpadores de benefícios e direitos dos cidadãos italianos. Nas postagens, são expostas as imagens dos barcos e das balsas ocupadas por imigrantes alcançando as praias italianas, acompanhada pelas palavras e *slogans*:

“A IMIGRAÇÃO NÃO É UM DIREITO, SE QUER VIR A MINHA CASA, PEÇA POR FAVOR.” (SALVINI, 2016g, tradução nossa).

“Blitz antiterrorismo islâmico da polícia alemã, 54 inspeções em mesquitas, apartamentos e empresas, 16 suspeitos e um tunisiano preso. Controles, controles, controles e expulsões. Imediatamente, e também na Itália. Ah, é verdade! Pois se eu o peço, sou racista, populista, islamofóbico e fascista... Ordem, regra, respeito, tranquilidade, justiça!” (SALVINI, 2017d, tradução nossa).

“Blindar as fronteiras e BLOQUEAR OS BARCOS, com todos os meios. O resto é CUMPLICIDADE.” (SALVINI, 2017c, tradução nossa).

“Um imigrante clandestino de vinte anos foi preso em Padova por haver agredido e violentado uma garota italiana de vinte e três anos. Outro ESTRUPO DE ESTADO, vergonha! O que disseram Boldrini, Renzi, Alfano e Serracchiani? E os TELEJORNAIS falarão? Bastardo, deveria ser castrado (quimicamente) e malditos são aqueles políticos CUMPLICES desta invasão. Não vejo a hora que votemos e depois... escavadora! (ruspa).” (SALVINI, 2017m, tradução nossa).

“A Itália CHEIA, STOP, FULL!” (SALVINI, 2017g, tradução nossa).

“Não QUEREMOS CLANDESTINOS NA ITÁLIA. C-L-A-N-D-E-S-T-I-N-O-S. Amordaçam-nos, devemos ser comunidade.” (SALVINI, 2017j, tradução nossa).

4) *A identidade*: em muitas postagens, Salvini aparece ao lado das forças armadas públicas (política, exército, guarda nacional), dos bombeiros, agradecendo pelos trabalhos realizados. A questão da ordem social entrelaça os temas da insegurança, do desemprego, da imigração e, sobretudo, dos valores e das tradições culturais italianas ameaçadas pelo politicamente correto, pelo multiculturalismo, pelo perigo da “islamização” da cultura italiana:

“Estou ORGULHOSO dos prefeitos da LIGA que pensam PRIMEIRO OS ITALIANOS! (SALVINI, 2016l, tradução nossa).

“Amigos, que a Virgem Maria proteja todos nós! Boa #vigilia de Natal onde quer que esteja.” (SALVINI, 2016a, tradução nossa).

“Se não gosta da IGREJA e do CRUCIFIXO, VOLTE AO SEU PAÍS!!!” (SALVINI, 2017k, tradução nossa).

“SUBSTITUIÇÃO DOS POVOS! É o que existe por detrás da retórica de Boldrini e dos bondosos e tolerantes deste país.” (SALVINI, 2017n, tradução nossa).

“UNIR AS PESSOAS DE BEM PARA RECUPERAR ESTE PAÍS, o mais belo do mundo. Contra o pensamento único.” (SALVINI, 2017n, tradução nossa).

5) *A soberania*: as postagens retratam a situação de impotência, submissão, dominação da Itália ocupada pelas forças políticas e econômicas internacionais, pela União Europeia, por organizações transnacionais. Para Salvini, a Itália encontra-se em estado de desordem, causada pela prevaricação e conivência das elites e forças políticas nacionais e pela cessão da soberania à União Europeia. A restauração da ordem deve também permitir a “legítima defesa” (SALVINI, 2016f) dos cidadãos, uma bandeira de ordem da linguagem populista de Salvini que se tornou lei em 28/03/2019: um “belíssimo dia não para mim ou para a Lega, mas para os italianos” pois “o sacrossanto direito à legítima defesa está sancionado definitivamente” (apud MONTANARO, 2019):

“A LEGÍTIMA DEFESA é sempre reconhecida como legítima. Se você entrar em minha casa à noite e sair morto, PROBLEMA SEU!” (SALVINI, 2016f, tradução nossa).

“Nosso projeto coloca no centro a SOBERANIA do POVO, contra quem vendeu a Itália para a União Europeia, bancos e multinacionais!” (SALVINI, 2016j, tradução nossa).

“Não podemos dizer: “CIGANO”?? CIGANO, CIGANO, CIGANO!” (SALVINI, 2016l, tradução nossa).

“Renzi, Boschi e Padoan VENDERAM os italianos aos bancos! A palavra deve retornar ao POVO! (SALVINI, 2016k, tradução nossa).

“A nossa é uma BATALHA NACIONAL para retomar o controle do TRABALHO, da MOEDA, das FRONTEIRAS! (SALVINI, 2017h, tradução nossa).

“SUBSTITUIÇÃO DO POVO! Eis o que se esconde dentro da retórica de Boldrini e dos “boníssimos” em nossa casa. (SALVINI, 2017l, tradução nossa).

“Não é imigração, é uma INVASÃO, é ocupação militar, econômica, cultural e demográfica. E os cúmplices desta tentativa de SUBSTITUIÇÃO ÉTNICA, quando eu estiver no governo, serão processados e pagarão, do próprio bolso. Boldrini me denunciará? Que se dane! #stopinvasão.” (SALVINI, 2017l, tradução nossa).

A comunicação baseada em frases simples, na utilização de *emologismo* e *emojis pops*, na redução do argumento político (valores, ideias, conceitos, concepções de mundo) ao *slogan* é politicamente funcional na era da despolitização de massa

(acentuada a partir dos anos de 1990 com o fim dos partidos políticos tradicionais de massa, a adoção da eleitoral majoritária, introdução da figura do antipolítico, a entrada em cena do vínculo entre o homem de sucesso e a eficiência na gestão política, o retorno do líder carismático e salvador do povo, a personalização da política) e problema do analfabetismo de retorno (a incapacidade da pessoa em compreender, refletir e interpretar o que está escrito). O linguista Tullio de Mauro afirmava que “menos de um terço dos italianos” possui um “nível de compreensão da escrita e do cálculo necessários para orientar-se na vida de uma sociedade moderna” (DE MAURO, 2016). Logo, a linguagem política que usa os *emojis* pops, os *emologismos* são produtos de “uma época que se propõe pós-ideológica”, na qual “as emoções substituem às ideias” (ANTONELLI, 2017, p. 8), os *slogans* à memória histórica e argumentação dos partidos políticos que representavam os grupos organizados e as classes sociais. A narrativa política simplificada em argumentos e amplificada em emoções permite ao líder populista “exercitar uma influência política em 360 graus” (DAL LAGO, 2017, p. 21) e reestabelecer o senso de “comunidade orgânica” (TARCHI, 2015, p. 58).

O fenômeno do populismo cresceu na Itália com o agravamento das crises econômicas e dos efeitos desestabilizadores do desemprego permanente, do trabalho flexível e precário. Em 2018, o número de italianos que usavam diariamente algum tipo de antidepressivo alcançou a cifra de 11 milhões (CAPPELLETTO, 2018), um quinto da população e um número quatro vezes maior do que a média europeia. Na sociedade composta por pessoas adoentadas psiquicamente, fragilizadas emotiva e cognitivamente, no último comício que encerrava a campanha eleitoral de 2018, na praça Dommo e em frente da Catedral de Milão, Matteo Salvini ergue a mão direita segurando o Evangelho e, posteriormente, um rosário, afirmando que:

Os últimos serão os primeiros: é preciso passar das palavras aos fatos [...] Se cada um de vocês tiver coragem e fé neste ano a Páscoa será uma festa de ressurreição e libertação [...] Eu me empenho e juro ser fiel ao meu povo, aos 60 milhões de italianos, de servi-los com honestidade e coragem, juro aplicar efetivamente a Constituição italiana, tantas vezes ignorada, e juro de fazê-lo respeitando os ensinamentos contidos neste sacro Evangelho. Eu juro, vocês juram junto comigo? Obrigado, vamos governar (apud BOSCHI, 2018).

O discurso sintetiza os diversos elementos que compõem a força emotiva e sentimental da linguagem simbólica e política do populismo de Salvini: 1) a força do líder que promete agir em nome e para o povo humilhado e empobrecido, usurpado do seu poder e dominado pelas elites nacionais e transnacionais. O líder honesto e corajoso representa a antítese do político profissional, e que está na política para promover o seu bem-estar; 2) o impacto da citação instrumental da célebre passagem do *Evangelho de Mateus*, na qual o ator político, que tem mesmo nome, sugere uma espécie de unção divina nas batalhas culturais e políticas de reconciliação e libertação dos italianos, para ressuscitar os valores e a identidade da Itália mortificada pelos interesses das corporações, pelo euro e União Europeia, pelos políticos e elites traidoras, pelos imigrantes e clandestinos. A linguagem populista de Salvini permanentemente afirma a necessidade da limpeza e expulsão das forças econômicas e políticas, dos estranhos e diversos, identificados como

“agentes patógenos” e “uma ameaça, um perigo, um obstáculo que deve ser removido” (TARCHI, 2015, p. 60).

O populismo digital mostrou-se capaz de impor no discurso político os “argumentos que devem ser tratados e fornecer a interpretação dos fatos” (ZICCARDI, 2019, p. 52). É possível dizer que se outrora o Estado-nação promoveu a “nova política” que efetuou a construção do povo através dos ritos, festas e símbolos que geraram a “nacionalização das massas” (MOSSE, 1995, p. 26), atualmente, é o populismo digital que desenvolve o poder de restabelecer os vínculos emotivos e as identidades comuns ao redor de um novo nacionalismo: que cria a figura do amigo e do inimigo, que estabelece o senso da realidade a partir do mercado e da economia, que instrumentaliza as tradições para exorcizar o diverso, que não se vincula com o senso mais profundo da constituição italiana escrita após o fascismo, a saber, o nexo fundamental entre a democracia e a igualdade, as funções do Estado em controlar os movimentos das forças econômicas, em garantir e assegurar os direitos sociais e econômicos, em reconhecer e respeitar os direitos humanos fundamentais. Na comunicação política do populismo digital, o líder instiga o processo de formação da nova identidade coletiva: exclusiva e particular, amigável e amorosa para os membros do povo, excludente e agressiva, xenofóbica e racista para todos aqueles identificados como inimigos do povo e da pátria.

4. Conclusão

A linguagem do populismo digital de Matteo Salvini promoveu e difundiu uma nova gramática política para os indivíduos frustrados e afetados pela sociedade capitalista na era da globalização econômica e política. A força da linguagem conativa e performática do *slogan* “PRIMEIRO OS ITALIANOS” (SALVINI, 2017a) ilumina a forma restritiva, particularista, excludente e agressiva de gerir às complexas questões sociais através do “nexo estreitíssimo entre o identitarismo e o Estado social” (CANFORA, 2019, p. 3): por um lado, o reconhecimento, a proteção, os direitos sociais e econômicos para os italianos, por outro, o não-reconhecimento e a negação dos direitos sociais e econômicos e dos direitos humanos fundamentais para os inimigos do povo. Um longo processo de construção da política digital efetuada por Matteo Salvini, desde as primeiras postagens no *Facebook* e no *Instagram* 2010, no *Twitter* em março de 2011 e no *Tik Tok* em 2019 – que alcançou no início de 2020 a soma próxima a sete milhões de seguidores, um valor numérico correspondente a mais de 10% da população italiana (GABANELLI; RAVIZZA, 2019). A força da campanha eleitoral de Salvini baseada na defesa do nacionalismo econômico, da soberania italiana, da militarização das fronteiras, da ordem e da segurança, e no combate à “invasão” e à “clandestinidade”, na “vitimização”, revela uma dinâmica do pensamento populista: o deslocamento das lutas sociais e políticas da sociedade capitalista contemporânea e da globalização econômica e política para uma figura externa, culpada pela degradação e declínio da sociedade: elites nacionais e transnacionais, instituições internacionais, União Europeia e, sobretudo, os imigrantes. A astúcia da retórica populista desloca o senso real da contradição e do conflito para figuras identitárias.

Na disputa política que ocorre no Estado nacional, pode estar em curso a formação social na qual um conjunto sempre maior de pessoas e cidadãos que são capazes de aceitar as diversas e conjuntas formas de discriminação e intolerância,

exploração do trabalho e ausência de direitos, xenofobia e racismo, misoginia e machismo, que excluem a presença da humanidade nos grupos sociais subalternos e minoritários, ao mesmo tempo, que podem legitimar a figura do líder forte e que tenha “plenos poderes” (SALVINI, 2019), para ser o novo “condutor da massa” e dirigi-la em direção da democracia restritiva, excludente, direta (desprovida de corpos políticos intermediários, composta pela geometria unificante do povo com o líder), da sociedade sempre mais desigual e oposta ao diverso (fragmentada em regiões autônomas como defende a Lega, desprovida da linguagem política dos valores e direitos fundamentais contidos na República e na Constituição Italiana de 1948: dentre eles, a função social da empresa, o respeito ao ser humano, o reconhecimento e a garantia dos direitos invioláveis do ser humano, aos deveres de solidariedade política, econômica e social) e do Estado, forte na ação política repressiva dos grupos sociais subalternos e minoritários, fraco no ação política de combate à evasão fiscal, à exploração do trabalho precário e flexível, à superexploração do trabalho semiescravo dos imigrantes.

Referências

- ANTONELLI, Giuseppe. *Volgare eloquenza: come le parole hanno paralizzato la politica*. Roma: Laterza, 2017.
- BOSCHI, Fabrizio. Salvini con rosario e Vangelo. *Il Giornale.it*, Milano, 25 febr. 2018. Disponível em: <https://www.ilgiornale.it/news/politica/salvini-rosario-e-vangelo-maroni-diserta-piazza-1498086.html>. Acesso em: 26 fev. 2018.
- BURGIO, Alberto. *La guerra delle razze*. Roma: Manifesto Libri, 2001.
- CANFORA, Luciano. *Fermare l'odio*. Roma: Laterza, 2019.
- CAPPELLETTI, Sandro. Depresso un italiano su cinque, le cure fai da te sono un'emergenza. *La Stampa*, Torino, 21 magg. 2018. Disponível em: <https://www.lastampa.it/cronaca/2018/05/23/news/depresso-un-italiano-su-cinque-le-cure-fai-da-te-sono-un-emergenza-1.34018646>. Acesso em: 5 jun. 2018.
- CARNEVALI, Barbara. *Le apparenze social: una filosofia del prestigio*. Bologna: Il Mulino, 2012.
- DAL LAGO, Alessandro. *Non-persone: l'esclusione dei migranti in una società globale*. Milano: Feltrinelli, 2004.
- DAL LAGO, Alessandro. *Populismo digitale: la crisi, la rede e la nuova destra*. Milano: Raffaello Cortina Editore, 2017.
- DE MAURO, Tullio. L'analfabetismo italiano e la Repubblica fondata sull'ignoranza. *La Voce di New York*, New York, 26 mar. 2016. Disponível em: <https://www.lavocedineويورك.com/arts/lingua-italiana/2016/03/28/analfabetismo-italiano-e-la-repubblica-fondata-sull'ignoranza/>. Acesso em: 30 abr. 2016.
- DE MAURO, Tullio. Parole per ferire. *Commissione “Jo Cox” sull'intolleranza, la xenofobia, il racismo e i fenomeni di odio*. Roma: Camera dei Deputati, 2017. Disponível em: <https://www.camera.it/leg17/1265>. Acesso em: 9 jul. 2018.
- DEMICHELI, Lelio. Il trionfo del populismo. In *Alfabeta2*, 01/04/2018. Disponível em: <https://www.alfabeta2.it/2018/04/01/trionfo-del-populismo/>. Acesso em 12/06/2018.
- DIAMANTI, Ilvo. La Lega, imprenditore politico della crisi. Origini, crescita e successo della leghe autonomiste in Italia. *Meridiana: Rivista di Storia e Scienze Sociali*, Roma, n. 16, p. 99-133, 1993.
- ERCOLANI, Paolo. *Qualcuno era italiano: dal disastro politico all'utopia della rete*. Milano: Mimesis, 2013.
- FERRAJOLI, Luigi. La criminalizzazione degli immigrati. Nota a margine della legge n.94/2009. *Questione Giustizia*, Roma, n. 5, p. 9-18, 2009.
- FERRAJOLI, Luigi. *Poteri selvaggi: la crisi della democrazia italiana*. Roma: Laterza, 2011.

- GABANELLI, Milena; RAVIZZA, Simona. *Matteo Salvini e "La Bestia": come catturare 4 milioni di fan sui social*. 20 ott. 2019. Disponível em: https://www.streaming-serv.it/video/la_bestia_come_funziona.pdf. Acesso em: 25 out. 2019.
- GIACCHÉ, Vladimiro. Perché la guerra fa male ai lavoratori (II). *Proteo*, Roma, n. 2, 2002. Disponível em: http://www.proteo.rdbcub.it/article.php?id_article=197. Acesso em: 5 fev. 2003.
- HEINE, Heinrich. *Werke*. Wiesbaden: Vollmer, 1960.
- HOCHSCHILD, Arlie Russell. *Strangers in their own Land: anger and mourning on the american right*. New York: The New Press, 2016.
- ILLOUZ, Eva. Le populisme émotionnel menace la démocratie. *Le Monde*, Paris, 25 juil. 2017. Acesso em: 30 jul. 2017.
- LAZAR, Marc. L'Italia, la Francia e la scossa della politica. *La Repubblica*, Roma, 4 dic. 2012. Disponível em: <https://ricerca.repubblica.it/repubblica/archivio/repubblica/2012/12/04/litalia-la-francia-la-scossa-della-politica.html>. Acesso em: 30 jul. 2017.
- LE BON, Gustave. *Aphorismes du temps présent*. Paris: Ernest Flammarion, Éditeur, 1913.
- LE BON, Gustave. *Psychologie des foules*. Paris: Librairie Félix Alcan, 1919.
- LOSURDO, Domenico. *La sinistra assente: crisi, società dello spettacolo, guerra*. Roma: Carocci Editore, 2014.
- MASTROPAOLO, Alfio. *La mucca pazza della democrazia: nuove destre, populismo, antipolitica*. Torino: Bollati Boringhieri, 2005.
- MISHRA, Pankaj. *L'età della rabbia*. Milano: Mondadori, 2018.
- MONTANARO, Monica. La legge sulla legittima difesa riceve l'approvazione al Senato. *Il Corriere Nazionale*, Siena, 29 mar. 2019. Disponível em: <http://www.corrierenazionale.net/2019/03/29/la-legge-sulla-legittima-difesa-riceve-lapprovazione-al-senato/>. Acessado em 30 mar. 2019.
- MOSSE, George Lachmann. *La nazionalizzazione delle masse*. Torino: Il Mulino, 1995.
- ORLOWSKI, Alessandro. "La bestia", ovvero del come funziona la propaganda di Salvini". [Intervista concessa a] Steven Forti. *Rolling Stone (Italia)*, Milano, 17 luglio 2018. Disponível em: www.rollingstone.it/politica/la-bestia-ovvero-del-come-funziona-la-propaganda-di-salvini/420343/. Acesso em: 27 nov. 2018.
- REVELLI, Marco. *Populismo 2.0*. Torino: Einaudi, 2017.
- REVELLI, Marco. *Poveri, noi*. Roma: Einaudi, 2010.
- REYNIÉ, Dominique. *Les nouveaux populismes*. Paris: Fayard, 2013.
- RIVERA, Annamaria. *Estranei e nemici: discriminazione e violenza razzista in Italia*. Roma: Derive Approdi, 2003.
- ROSA, Hartmut. Aux racines de la crispation anti-migrantes. *Revue Projet (En ligne)*, France, n. 363, p. 80-88, 2018.
- SALMON, Christian. *Storytelling. La machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits*. Paris: La Découverte, 2008.
- SALVINI, Matteo. "Gli immigrati di sette paesi islamici non potranno entrare negli USA per i prossimi tre mesi". Razzista? No, semplicemente GRANDE. [Milano], 28 jan. 2017a. *Twitter*: @matteosalvinimi. Disponível em: [Twitter.com/matteosalvinimi/status/825283007976206336?s=20](https://twitter.com/matteosalvinimi/status/825283007976206336?s=20). Acesso em: 5 dez. 2017.
- SALVINI, Matteo. *Abbiamo perso 6 mesi*. Intanto le nostre città sono INVASE, immigrazione ormai a livello di calamità naturale. #Lintervista. [Milano], 28 maio 2017b. *Twitter*: @matteosalvinimi. Disponível em: [Twitter.com/matteosalvinimi/status/868762890404233216?s=20](https://twitter.com/matteosalvinimi/status/868762890404233216?s=20). Acesso em: 5 dez. 2017.
- SALVINI, Matteo. *Amici, che la Madonna ci protegga tutti!* Buona #vigilia di #Natale ovunque voi siate. [Milano], 24 dez. 2016a. *Twitter*: @matteosalvinimi. Disponível em: [Twitter.com/matteosalvinimi/status/812703403201744896?s=20](https://twitter.com/matteosalvinimi/status/812703403201744896?s=20). Acesso em: Acesso em: 5 dez. 2017.
- SALVINI, Matteo. *Art 52, difendere la patria è un sacro dovere dei cittadini*. L'Italia è invasa da centinaia di migliaia di CLANDESTINI. [Milano], 17 out. 2016b. *Twitter*: @matteosalvinimi. Disponível em: [Twitter.com/matteosalvinimi/status/788141684660002816?s=20](https://twitter.com/matteosalvinimi/status/788141684660002816?s=20). Acesso em: 5 dez. 2017.

SALVINI, Matteo. *Blindare i confini e BLOCCARE GLI SBARCHI, con ogni mezzo*. Il resto è complicità. [Milano], 9 abr. 2017c. *Twitter*: @matteosalvinimi. Disponível em: [Twitter.com/matteosalvinimi/status/851071822569328640?s=](https://twitter.com/matteosalvinimi/status/851071822569328640?s=). Acesso em: 5 dez. 2017.

SALVINI, Matteo. *Blitz anti-terrorismoislamico della Polizia Tedesca, 54 ispezioni in moschee, appartamenti e imprese, 16 sospettati e un tunisino arrestato*. Controlli, controlli, controlli ed espulsioni. Subito, anche in Italia! Ah già, ma se lo chiedo sono razzista, populista, islamofobo e fascista...Ordine, regole, rispetto, tranquillità, giustizia! [Milano], 1 fev. 2017d. *Twitter*: @matteosalvinimi. Disponível em: [Twitter.com/matteosalvinimi/status/826730981855989760?s=20](https://twitter.com/matteosalvinimi/status/826730981855989760?s=20). Acesso em: 5 dez. 2017.

SALVINI, Matteo. *Comprare ITALIANO, consumare ITALIANO ed assumere ITALIANO*. [Milano], 21 maio 2016c. *Twitter*: @matteosalvinimi. Disponível em: [Twitter.com/matteosalvinimi/status/866266735921569792?s=20](https://twitter.com/matteosalvinimi/status/866266735921569792?s=20). Acesso em: 5 dez. 2016.

SALVINI, Matteo. *Con 4MILIONI di DISOCCUPATI, io penso PRIMA AGLI ITALIANI!* [Milano], 2 nov. 2016d. *Twitter*: @matteosalvinimi. Disponível em: [Twitter.com/matteosalvinimi/status/793948989464989696?s=20](https://twitter.com/matteosalvinimi/status/793948989464989696?s=20). Acesso em: 5 dez. 2016.

SALVINI, Matteo. *Da tre anni chiedo un BLOCCO NAVALE per fermare i barconi nelle acque della Libia, per salvare vite e bloccare l'INVASIONE*. [Milano], 25 jan. 2017e. *Twitter*: @matteosalvinimi. Disponível em: [https://Twitter.com/matteosalvinimi/status/824266823617179648?s=20](https://twitter.com/matteosalvinimi/status/824266823617179648?s=20). Acesso em: 5 dez. 2019.

SALVINI, Matteo. *Il buonista Saviano non vuole la castrazione chimica per gli stupratori*. P.s Il disprezzo del signor @robertosaviano per me è uma medaglia. [Milano], 1 fev. 2017f. *Twitter*: @matteosalvinimi. Disponível em: [Twitter.com/matteosalvinimi/status/826819647701913600?s=20](https://twitter.com/matteosalvinimi/status/826819647701913600?s=20). Acesso em: 5 dez. 2017.

SALVINI, Matteo. *L'Italia è PIENA, STOP, FULL!* [Milano], 28 maio 2017g. *Twitter*: @matteosalvinimi. Disponível em: [Twitter.com/matteosalvinimi/status/868765673828339713?s=20](https://twitter.com/matteosalvinimi/status/868765673828339713?s=20). Acesso em: 5 dez. 2017.

SALVINI, Matteo. *La NOSTRA è una BATTAGLIA NAZIONALE per tornare a controllare il LAVORO, la MONETA, i CONFINI!* [Milano], 19 mar. 2017h. *Twitter*: @matteosalvinimi. Disponível em: [Twitter.com/matteosalvinimi/status/843467336002801664](https://twitter.com/matteosalvinimi/status/843467336002801664). Acesso em: 5 dez. 2019.

SALVINI, Matteo. *La politica italiana deve RISOLVERE i problemi degli ITALIANI!* [Milano], 24 out. 2016e. *Twitter*: @matteosalvinimi. Disponível em: [Twitter.com/matteosalvinimi/status/790673101231099904?s=20](https://twitter.com/matteosalvinimi/status/790673101231099904?s=20). Acesso em: 5 dez. 2016.

SALVINI, Matteo. *Legittima difesa sia sempre riconosciuta come legittima*. Se mi entri in casa di notte ed esci steso, PROBLEMA TUO! [Milano], 16 nov. 2016f. *Twitter*: @matteosalvinimi. Disponível em: [https://Twitter.com/matteosalvinimi/status/797798497865134080?s=20;%2013/11/2016](https://twitter.com/matteosalvinimi/status/797798497865134080?s=20;%2013/11/2016). Acesso em: 5 dez. 2017.

SALVINI, Matteo. *L'immigrazione non è un diritto, se vuoi venire a casa mia, mi chiedi per favore*. [Milano], 2 nov. 2016g. *Twitter*: @matteosalvinimi. Disponível em: [Twitter.com/matteosalvinimi/status/793969254114750464?s=20](https://twitter.com/matteosalvinimi/status/793969254114750464?s=20). Acesso em: 5 dez. 2017.

SALVINI, Matteo. *Non capisco perché con 4milioni di ITALIANI DISOCCUPATI dovremmo pagare colazione, pranzo, telefonino a CLANDESTINI*. [Milano], 30 nov. 2016h. *Twitter*: @matteosalvinimi. Disponível em: [Twitter.com/matteosalvinimi/status/804092704372248585?s=20](https://twitter.com/matteosalvinimi/status/804092704372248585?s=20). Acesso em: 5 dez. 2016.

SALVINI, Matteo. *Non è "immigrazione": è INVASIONE, è ocupazione militare, economica, culturale e demografica*. E i complici di questa tentata SOSTITUZIONE ETNICA, quando sarò al governo, saranno processati e pagheranno, di tasca loro. La Boldrini mi denuncerà? Chi se ne frega! [Milano], 26 jul. 2017i. *Facebook*: Matteo Salvini @salvini oficial. Disponível em: https://www.Facebook.com/salviniofficial/posts/10155001369748155?comment_tracking=%7B%22tn%22%3A%22O%22%7D. Acesso em: 5 dez. 2019.

SALVINI, Matteo. *Non possiamo dire:"ZINGARO"?? ZINGARO, ZINGARO, ZINGARO!* [Milano], 14 nov. 2016i. *Twitter*: @matteosalvinimi. Disponível em: [https://Twitter.com/matteosalvinimi/status/798267927384494081?s=20%20%;](https://twitter.com/matteosalvinimi/status/798267927384494081?s=20%20%;). Acesso em: 5 dez. 2017.

SALVINI, Matteo. *Non sono nato per scaldare le poltrone*. Chiedo agli italiani, se ne hanno la voglia, di darmi pieni poteri. [Milano], 08 ago. 2019. *Twitter*: @matteosalvinimi. Disponível em: <https://youtu.be/cdj3RkzplWo>. Acesso em: 5 dez. 2019.

SALVINI, Matteo. *Non VOGLIAMO CLANDESTINI IN ITALIA*. C-L-A-N-D-E-S-T-I-N-I. Ci imbavagliano, dobbiamo essere comunità. [Milano], 21 maio 2017j. *Twitter*: @matteosalvinimi. Disponível em: [Twitter.com/matteosalvinimi/status/866272333237022720?s=20](https://twitter.com/matteosalvinimi/status/866272333237022720?s=20). Acesso em: 5 dez. 2017.

SALVINI, Matteo. *Nostro progetto mette al centro SOVRANITÀ del Popolo, contro chi ha svenduto l'Italia a UE, banche e multinazionali!* [Milano], 14 nov. 2016j. *Twitter: @matteosalvinimi*. Disponível em: <https://Twitter.com/matteosalvinimi/status/798108862347902976?s=20>. Acesso em: 5 dez. 2017.

SALVINI, Matteo. *Renzi, Boschi e Padoan hanno SVENDUTO italiani alle banche! La parola deve ritornare al POPOLO!* [Milano], 18 nov. 2016k. *Twitter: @matteosalvinimi*. Disponível em: <https://Twitter.com/matteosalvinimi/status/799691437616939008?s=20>. Acesso em: 5 dez. 2019.

SALVINI, Matteo. *Se non ti piacciono la CHIESA e il CROCIFISSO, TORNA AL TUO PAESE!!!* [Milano], 11 abr. 2017k. *Twitter: @matteosalvinimi*. Disponível em: Twitter.com/matteosalvinimi/status/840624000233541633?s=20. Acesso em: 5 dez. 2017.

SALVINI, Matteo. *Sono ORGOGLIOSO dei sindaci della LEGA che pensano PRIMA AGLI ITALIANI.* [Milano], 12 nov. 2016l. *Twitter: @matteosalvinimi*. Disponível em: Twitter.com/matteosalvinimi/status/797471058102284289?s=20. Acesso em: 5 dez. 2016.

SALVINI, Matteo. *SOSTITUZIONE DI POPOLO! Ecco che cosa si nasconde dietro la retorica delle Boldrini e dei "buonisti" di casa nostra.* [Milano], 28 mar. 2017l. *Twitter: @matteosalvinimi*. Disponível em: Twitter.com/matteosalvinimi/status/846687418719879168?s=20. Acesso em: 5 dez. 2017.

SALVINI, Matteo. *Um immigrato clandestino di vent'anni è stato arrestato a Padova per aver aggredito e violentato una ragazza italiana di ventitre anni. Altro STUPRO DI STATO, vergogna! Che dicono la Boldrini, Renzi, Alfano e la Serracchiani? E i TELEGIORNALI ne parleranno? Bastardo lui, che dovrebbe essere CASTRATO (CHIMICAMENTE) e maledetti quei politici COMPLICI di questa invasione. Non vedo l'ora che si voti e poi... ruspa!* [Milano], 14 maio 2017m. *Twitter: @matteosalvinimi*. Disponível em: Twitter.com/matteosalvinimi/status/863703780617072640. Acesso em: 5 dez. 2017.

SALVINI, Matteo. *Uniamo la gente perbene per riprenderci questo paese, il più bello del mondo. Contro il pensiero UNICO.* [Milano], 25 abr. 2017n. *Twitter: @matteosalvinimi*. Disponível em: Twitter.com/matteosalvinimi/status/856837305641967617?s=20. Acesso em: 5 dez. 2017.

SALVINI, Matteo. *Voglio un governo che DIFENDA il #madeinitaly.* [Milano], 18 abr. 2017o. *Twitter: @matteosalvinimi*. Disponível em: Twitter.com/matteosalvinimi/status/854417127352225793?s=20. Acesso em: 5 dez. 2017.

SARACENO, Chiara. *Il Vangelo, i simboli e la radicalità di Salvini.* In *La Repubblica*, 25/02/2018. Disponível em: https://rep.repubblica.it/pwa/commento/2018/02/25/news/il_vangelo_i_simboli_e_la_radicalita_di_salvini-189751146/. Acesso em 01/03/2018.

TARCHI, Marco (org.). *Anatomia del populismo.* Napoli: Diana Editorial; Bologna: Il Mulino, 2019.

TARCHI, Marco. *Italia populista: dal qualunquismo a Beppe Grillo.* Bologna: Il Mulino, 2015.

VECA, Salvatore. *La bellezza e gli oppressi: dieci lezioni sull'idea di giustizia.* Milano: Feltrinelli, 2010.

ZICCARDI, Giovanni. *Tecnologie per il potere.* Milano: Raffaello Cortina Editore, 2019.

*Minicurrículo do Autor:

João Carlos Soares Zuin. Doutor em Ciências Sociais pela Universidade Estadual de Campinas (1998). Professor do Departamento de Sociologia e junto ao Pós-Graduação em Ciências Sociais da Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho", Campus de Araraquara. E-mail: joao.cs.zuin@unesp.br.