

O ANTIPETISMO NO DISCURSO DE JOÃO DÓRIA NAS ELEIÇÕES 2018: marcas de um *anti-establishment* à brasileira¹

ANTIPETISM IN THE SPEECH OF JOÃO DÓRIA IN THE 2018 ELECTIONS: marks of a brazilian *anti-establishment*

Júlia de A. Sá B. I. Schiaffarino ²
Ana Gabriela Guerreiro V. da S. Leite³

Resumo: Eleito governador de São Paulo em 2018, o tucano João Dória usou como estratégia em sua campanha o discurso anti-petista e anti-establishment para mirar seu adversário, Márcio França, do PSB, na época vice-governador de São Paulo. Mesmo sem França integrar o Partido dos Trabalhadores e, ao contrário, ser aliado do PSDB no governo do estado comandado por Geraldo Alckmin, Dória utilizou a retórica do discurso contrário ao Partido dos Trabalhadores, com França representando a oposição a ser combatida. O artigo surgiu com o propósito de analisar como o discurso contra o PT e contra as esquerdas foi utilizado por João Dória, com base nos vídeos publicados pelo então candidato do PSDB no Facebook – em sua página pessoal. Utilizando a metodologia do enquadramento de Entman, o artigo analisa a fala de Dória e toda a construção do seu discurso com base no anti-petismo.

Palavras-Chave: anti-establishment, antipetismo, eleições.

Abstract: Elected governor of São Paulo in 2018, João Dória (PSDB) used as strategy in his campaign the anti-petism and anti-establishment speech to target his opponent, Márcio França, of PSB, vice-governor of São Paulo. Even without France joining the Workers' Party (PT) and, on the contrary, being an ally of the PSDB in the state government led by Geraldo Alckmin, Dória used the rhetoric of discourse against the PT, with France representing the opposition to be fought. The article emerged with the purpose of analyzing how the discourse against PT and the left in Brazil was used by João Dória, based on the videos published by the PSDB candidate on Facebook - on his personal page. Using the methodology of Entman's framework, the article analyzes Dória's speech and the whole construction of his discourse based on the anti-PT construction.

Keywords: anti-establishment, antipetism, elections.

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho n. 2 – Mídia e Eleições - do VIII Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (VIII COMPOLÍTICA), realizado na Universidade de Brasília (UnB), de 15 a 17 de maio de 2019.

² Júlia de Aguiar Sá Barreto Iniguez Schiaffarino: mestranda na Universidade de Brasília (UnB), e-mail: juliasbis@gmail.com.

³ Ana Gabriela Guerreiro Viola da Silveira Leite: doutoranda na Universidade de Brasília (UnB), Mestre em Jornalismo e Sociedade pela Universidade de Brasília (UnB), e-mail: gabrielaguerreiro@hotmail.com.

1. Introdução

Em meio à figura do “anti” que se intensificou na política brasileira nas duas últimas eleições – 2017 e 2018 -, este artigo surge com o objetivo de analisar de que forma o discurso contra o PT e contra as esquerdas foi utilizado por João Doria (PSDB) na disputa ao governo de São Paulo como forma de o tucano se construir enquanto um candidato *anti-establishment*.

Numa postura que começou a ser construída nas eleições de 2016, quando disputou a prefeitura de São Paulo com Fernando Haddad (PT), Doria se converteu em um dos maiores expoentes do antipetismo no PSDB. Na corrida pelo governo do estado em 2018, porém, o PT não era o adversário direto do tucano, e sim, o socialista Márcio Franca (PSB), vice-governador do estado – comandado pelo também tucano Geraldo Alckmin, que concorreu em 2018 à Presidência da República. Franca disputou o segundo turno contra Doria, que ganhou com pequena margem de votos. Ainda assim, o discurso antipetista permeou as falas de Doria ao longo da campanha, em postura semelhante à disputa de 2016.

Os ataques ao PT cresceram às vésperas do final do primeiro turno, quando Alckmin aparecia com chances remotas de chegar ao segundo turno na disputa ao Palácio do Planalto, o que levou Doria a associar-se ao então candidato Jair Bolsonaro (PSL) – que teve como uma das marcas de sua ascensão política os ataques ao PT. A estratégia de Bolsonaro, também adotada por Doria, é consequência de um movimento classificado por Alves (2014) como “Rede Antipetista”, que reuniu centenas de páginas em redes sociais nos últimos anos para disseminar ataques ao PT, em um movimento criado com o objetivo de reunir forças contrárias ao Partido dos Trabalhadores.

Para entender todo esse fenômeno, se faz necessário discutir os conceitos de antipolítica (SCHEDLER, 1997), *anti-establishment* (BARR, 2009) e antipetismo (ALVES, 2014), todos relacionados à comunicação política realizada nos dias atuais.

A legitimação política de Doria está associada à construção de uma imagem pública sobre a qual pesa, entre outros fatores, a “desqualificação do adversário” (WEBER, 2000; GOMES, 2007). É na tônica desta desqualificação (adjetivos) e nos substantivos que ela evoca como menores, porém, que reside a reflexão sobre a

política do “anti”, na qual a uma ação propositiva de construção da democracia se esvazia no discurso do aniquilamento do outro. Para a investigação, partimos da evidência, no contexto brasileiro, do *anti-establishment* presente no discurso do antipetismo, que mira a presença do PT no poder ao longo dos últimos 14 anos.

Para a realização da presente pesquisa, utilizamos como Metodologia a análise de enquadramento, considerando o modelo proposto por Entman (2018). Nele, o autor apresenta uma atualização do modelo de enquadramento em cascata a partir do fortalecimento das redes sociais na comunicação entre políticos e o público e a popularização de uma comunicação pelo audiovisual (SIBILIA, 2016), cujo linguajar é de domínio de Dória - que forjou popularidade no mundo do entretenimento.

Vale ressaltar que o artigo aqui apresentado é fruto das pesquisas para dissertação atualmente em desenvolvimento pela mestranda Júlia Schiaffarino na Universidade de Brasília (UnB), na qual a pesquisadora investiga o processo de construção de imagem política de João Dória. Ao mesmo tempo, as reflexões teóricas também têm sido trabalhadas na tese de Doutorado em desenvolvimento pela aluna Ana Gabriela Guerreiro, que estuda a construção do discurso conservador de Jair Bolsonaro – anti-PT – na mídia política online brasileira.

Ao longo do artigo, nas próximas duas seções, serão resgatados os conceitos de *anti-establishment* e de antipetismo. Na seção quatro, explicamos o processo metodológico para investigação do enquadre antipetista. Os resultados são apresentados nas seções cinco e seis, nas quais constam gráficos e quadros com a incidência das postagens de viés antipetista ao longo da campanha de João Dória, bem como o que foi identificado como enquadre antipetista-*anti-establishment* e como suas peculiaridades foram desenhadas em conformidade com o contexto eleitoral brasileiro.

2. *Anti-establishment*: o que é?

O termo *anti-establishment* foi incorporado do inglês sem que se encontre uma palavra equivalente na língua portuguesa. Numa livre tradução, costuma ser usado para dizer aquilo que é contra a ordem estabelecida e reúne um agregado de

significados que o colocam lado a lado com discursos, principalmente de cunho eleitoral, que por vezes se confundem ou se sobrepõem a posturas como o antipartidarismo, a antipolítica, o antissistema, o populismo, chegando ao movimento de *outsiders* da política ou mesmo ao anarquismo.

Definição apropriada e objetiva para *anti-establishment* está em Barr (2009, p. 31), na qual o autor apresenta o termo como “apelo retórico em oposição à elite”⁴, sendo esta a elite do *establishment*, isto é, a estrutura de poder vigente, a designação de pessoas, grupos ou instituições em posições de mando com poder de decisão e influência sobre a ordem social. Aqui se faz importante sublinhar uma ressalva do autor de que o termo *anti-establishment*, portanto, não está restrito à política, ainda que tenha sido neste campo que se consolidou.

Retóricas *anti-establishment* nascem, assim, em contextos de grande insatisfação quanto à classe governante, ou por melhor dizer, ante o *establishment* (BARR, 2009, SIKK, 2014; CASANOVA, 2002, SCHEDLER, 2016). É justamente no “eco” que surge um clamor de que a classe política está corrompida e desabilitada para atender as demandas dos seus representados, acrescentam os autores, e que o discurso do *anti-establishment* não apenas é incorporado, mas se converte em um dos principais apelos de atores populistas. Fato que se evidencia por, nesses discursos, a solução ser normalmente a mera a substituição daqueles que estão no poder. A questão, salienta Barr (2009), é que essa substituição proposta muitas vezes se dá por atores igualmente político e/ou econômicos.

O embate “nós *versus* eles” inerente à política ganha outra conotação, muito mais simbólica e personalista. É neste ponto que reside uma das fronteiras do *anti-establishment*. Schedler (2016, p. 293-294) fala do conflito entre governantes e governados que marca a retórica do que ele denomina de *anti-political-establishment parties* e propõe um desenho esquemático que bem sintetiza a construção discursiva deste embate dentro do apelo *anti-establishment*.

Eles (os *anti-political-establishment parties*) traçam um espaço simbólico triangular construindo simultaneamente três atores e suas relações: a classe política, as pessoas e a si mesmos. O primeiro representa o lado malicioso, o segundo a vítima inocente e o terceiro o herói redentor. Enquanto os cidadãos e os atores anti-políticos vivem em paz e harmonia,

⁴ “Rhetorical appeal used in opposition to de elite” (BARR, 2009, p. 31 – tradução nossa)

sua relação com o establishment político é profundamente antagônica. (p. 293)⁵

A aceitação dessa retórica perante a sociedade ao ponto de elevá-la à condição de novo *establishment*, porém, depende de alguns fatores, em que citamos aqui, a partir de Barr (2009), numa capacidade do ator *anti-establishment* de convencer de que não é parte do sistema, ainda que pertença ao *establishment* político ou econômico. Uma credibilidade que se alcança tão mais acentuada esteja o sentimento de insatisfação vigente na sociedade, quanto melhor seja este ator no ato de se comunicar e estabelecer conexões com o representado, alcançando, assim, o status de “herói redentor”. Não à toa, a forma de comunicação escolhida se configura como um trunfo ímpar.

Na Europa, uma forte onda *anti-establishment* é observada há algum tempo por autores internacionais como Hanley e Sikk (2014), que citam partidos como o *Jobbik*, da Hungria, ou o *The True Finns*, na Finlândia. Esse movimento é revisado por brasileiros como Barbosa (2017), que mapeou um denso movimento de apoio a novas organizações políticas e faz uma crítica feroz a discursos de partidos tradicionais vivenciado na Europa Oriental pós-democratização de 1989 e reverberado para a Europa Ocidental.

Exemplo de movimentos *anti-establishment* comumente citados são o da Itália, sob a liderança de Giuseppe Grillo, ou com a UKIP, no Reino Unido, e o Podemos, na Espanha. Em 2016, a eleição de Donald Trump nos Estados Unidos amplificou uma forma de campanha que constrói seu discurso baseado, justamente, nesta retórica. Gráficos produzidos por Gupta e Gupta (2017) sobre as eleições presidenciais dos EUA colocam Trump como um candidato de tal viés na medida em que comprovam como ele faz uso de retóricas populistas e estratégias de imputação de desconfiança nas estruturas de representação política.

A vitória de Trump enviou uma onda às comunidades liberais em todo o mundo ocidental, já que seu triunfo era um sinal de apoio a outros partidos

⁵ “They draw up a triangular symbolic space by (simultaneously) constructing three actors and their relationships: the political class, the people and themselves. The first represents the malicious rogue, the second the innocent victim and the third the redeeming hero. While citizens and anti-political-establishment actors live in peace and harmony, their relationship with the political establishment is deeply antagonistic” (SCHEDLER, 1996, p. 293– tradução nossa)

populistas. A ascensão de Trump ousou os partidos de extrema-direita e eles tentaram campanhas políticas anti-institucionalistas, muitas vezes aliando-se aos campeões norte-americanos e ingleses para fortalecer ainda mais este momento (p. 257)⁶

No Brasil, as eleições municipais que ocorreram em concomitância com atos pró-impeachment de Dilma Rousseff evidenciaram discursos que trazem o apelo *anti-establishment* sob gritos de “Fora PT”.

3. Antipetismo

A onda *anti-establishment* que se alastrava com força pelo mundo desde os anos 90 fez brotar sementes no Brasil de 2013 ante o “desencanto com os modelos políticos vigentes que afetou, em um primeiro momento, o governo Dilma Rousseff, mas que continuou disseminando o sentimento antissistêmico que se instalou em nossa sociedade” (RICCI, 2018, p.104). As manifestações de julho de 2013 viram a força aglutinadora de grupos conservadores e de extrema-direita que encontraram neste sentimento de insatisfação contra um estado dito de esquerda, emancipado sob a rubrica de ampliação da oportunidade e renda, uma capacidade de legitimação amplificada mediante a estratégica ocupação de espaços virtuais de comunicação.

Santos (2017) chama essa organicidade de Rede Antipetista. Em estudo, o autor mapeia no ano de 2014 um total de 532 canais no Facebook que, de modos distintos, produziram conteúdo contra a então presidente Dilma Rousseff. Mesmo nos anos que seguiram ao impeachment, os ecos desta Rede continuaram a reverberar em uma forma característica de personificação, tão comum à política da América Portuguesa (FAORO, 2001; NOGUERÒL, 2008), do *establishment* na imagem do PT, partido que, apesar de ter governado o país por doze anos, deixou a presidência mediante controverso processo de impeachment, em 2016. Tal constatação corrobora com a hipótese deste artigo de que o antipetismo se construiu enquanto uma forma de *anti-establishment* à brasileira.

⁶ “Trump’s victory sent a shockwave to liberal communities across the western world as his triumph was a signal of support to other populist parties. The rise of Trump boldened the far right parties and they tried antideestablishmentalist political campaigns often siding with the American and English campaigns to further strengthen their moment. (GUPTA e GUPTA, 2017, p. 257 - tradução nossa)

O “nós *versus* eles” do *anti-establishment* é mais do que uma oposição eleitoral na medida em que condensa valores e hábitos que Veblen (1919 *apud* LOPES, 2014) traduz como instituições. Uma vez que o PT representava a figura da esquerda, o antipetismo, na medida em que se intensifica, faz crescer a retórica anti-esquerda à qual se somam as falas anticomunistas e, tão logo, anti qualquer bandeira defendida por partidos de viés liberal.

Cresce, inclusive, sobre a ausência de uma direita forte capaz de se contrapor dentro do jogo político, uma vez que esta também vinha de um desgaste de imagem dos períodos pós-democratização quando governou o Brasil, e, também, de semelhantes denúncias de corrupção. Retomando Ricci (2018, p. 105), “a extrema-direita se insurgiu justamente nessa lacuna representativa que indicou que o pacto redemocratizante dos anos 1980 dava sinais de esgotamento”.

No antipetismo, ganham forma o discurso de ódio contra Lula e contra o PT; o discurso de ódio contra a esquerda; a responsabilização do PT e de Lula por males econômicos, bem como a responsabilização da esquerda pelas crises econômicas e mesmo morais ou de valores. Soma-se a personificação da corrupção nestas imagens – PT, Lula e esquerda. É interessante observar que, dentro da hipótese trabalhada, a ideia do discurso do *outsider*, comum em apelos *anti-establishment*, ganha novos contornos e o que se considera “o elemento de fora” ou “herói”, na tríade proposta por Schedler, é aquele que não pertence (ou não tem ligação) com o PT, Lula ou a esquerda, em outras palavras, com o *establishment* brasileiro.

4. Enquadramento antipetista

Este artigo usa por metodologia a análise de enquadramento para identificar padrões discursivos no processo de construção de imagem de um candidato em disputa eleitoral através de suas redes sociais. Por enquadramento, observe-se:

Enquanto alguns autores dizem que enquadramentos são “princípios organizadores da realidade” (REESE, 2001, p. 11), outros preferem defini-los como “padrões de cognição” (GITLIN, 2003, p. 7). Se para uns “enquadrar” é basicamente uma atividade perceptiva, em que o ator “ênfatiza” ou “salienta” determinadas partes da realidade (ENTMAN, 1993, p. 52; GITLIN, 2003, p. 7), para outros trata-se de uma atividade construtiva,

ou um meio de “constituir simbolicamente a estrutura do mundo” (REESE, 2001, p. 11). (CAMPOS, 2014, p. 378)

Entman (2018) situa o deslocamento do processo de construção de quadros cognitivos que antes se dava prioritariamente pelos veículos tradicionais de notícia, como TV e jornais, para as mídias digitais, em que pesem, aqui, redes sociais e serviços de mensagem instantânea. Estas acabam por assumir o papel, também, de canal de informação. Cientes desta mudança, políticos se apropriam de *modus operadi* próprios ao fazer midiático, ao mesmo tempo em que passam a priorizar a comunicação direta com os eleitores.

Paralelamente, temos como norteadora a concepção de *anti-establishment* como postura de oposição. Assim, trazemos a ideia do conflito enquanto característica concernente à política e metacategoria narrativa (MOTA e GUAZINA, 2010). Soma-se o conceito de enquadramento adversário em eleições majoritárias, destacado por autores como Bezerra (2008) e a observação das funções Causa e Solução (Entman, 1993), que inseridas em uma cultura política personalista, tem-se causas equivalentes ao inimigo, isto é, aquele a quem se deve combater, e a solução ao salvador, expressa naquele combate.

Desta feita, buscamos identificar o enquadre conflituoso, o discurso do “Nós x Eles”, característico de enquadramentos adversarias, ou o inimigo x o salvador, como aqui sugerimos, na contraposição das funções causas e soluções que são, então, espelhadas na ideia do discurso *anti-establishment*, expressa, conforme nossa hipótese, no discurso antipetista.

O processo de investigação do enquadramento predominante no discurso de João Dória contra o PT nas eleições de 2018 em seus vídeos de Facebook teve como base o seguinte quadro norteador (Tabela 1):

TABELA 1
Quadro norteador para investigação

CAUSAS	SOLUÇÕES
Eles, Establishment, Velha Política	Nós, Anti, Nova Política
PT, Lula, esquerda e/ou comunismo	Fora PT, Dória, Defesa do Brasil/SP

Fonte: Autoria própria

Assim, forma o *corpus* um conjunto de 25 vídeos com referências diretas ao PT, Lula, esquerda e/ou comunismo e/ou mandos de Fora PT, João Dória (ele se colocando como solução contra o PT) e defesa, extraídos de um universo de 208 vídeos. Todos têm até 5 minutos de duração e foram postados na página do Facebook do candidato ao governo de São Paulo em 2018, João Dória, entre os dias 7 de setembro, exatos um mês antes da votação do primeiro turno, e 28 de outubro, dia do segundo turno das eleições.

Foram desconsiderados aqueles que, apesar de fazerem referência ao antipetismo, não eram produzidos pela equipe de João Dória, como o de Magno Malta, postado no dia 16 de outubro, ou do deputado federal Vinícius Poit intitulado “Esquerda não!”, no dia 16 de outubro.

Dois pontos pesaram para a opção por utilizar vídeos na análise: a superexposição de João Dória nas redes sociais, intensificada na campanha de 2018, tal qual ocorreu na campanha de 2016, e o fato de que o principal adversário dele era o candidato Márcio França, antigo aliado e integrante do PSB, e não do PT.

A pessoa contemporânea é um ser em permanente estado de troca de mensagens, o que intensifica o papel desses meios como agentes de construção de percepções de mundo e o impacto disso sobre a democracia (SAPERAS, 2000; MANIN, 2018). Um processo que se dá nas mais diversas esferas, porém, sob o linguajar próprio da comunicação, em que pese a espetacularização e uma predominância da gramática midiática sobre as demais (WEBER, 2000; GOMES, 2007). Em que pese ainda, e principalmente, a popularização audiovisual como forma textual preferida com a ascensão do Youtube e formação de uma geração de “prosumidores”, isto é, produtores e consumidores de conteúdo. Um audiovisual, porém, cujo imperativo é a “realidade” no qual estaríamos a todo momento sendo atores de nós mesmo. (SIBILIA, 2008). Como acrescenta a autora, uma “superexposição autobiográfica”.

Embasa, ainda, um contexto de falência dos partidos políticos brasileiros tradicionais, tanto de esquerda, quanto de direita, no sentido de darem resposta aos anseios da população, inclusive o da “conectividade” (RICCI, 2018). Uma das características do *anti-establishment* é justamente queixa da desconexão entre o

establishment e a sociedade, que teria deixado de ser ouvida e de ter voz. Desta feita, a defesa de canais diretos de comunicação é algo que surge com frequência em discursos *anti-establishment*, algo que, não poucas vezes, esbarra em burocracias institucionais inerentes às dimensões das máquinas públicas. A ideia do *media centered* (LIMA, apud GUAZINA, 2007, p.113), ressurgiu, então, no espaço das redes sociais e suas linguagens.

5. O show de Dória

A imagem abaixo (Fig. 1) corresponde ao último vídeo postado por Dória antes da eleição.



FIG 1. Print de vídeo de João Dória postado em 27 de outubro de 2017

Fonte: Facebook João Dória

Na corrida rumo ao governo de São Paulo, o Dória de 2018 usou uma fórmula muito parecida com de 2016: aposta em vídeos e forte discurso *anti-establishment*. Sobre os vídeos, a receita era fácil de ser repetida. Empresário forjado no mundo do entretenimento, ele domina a linguagem audiovisual. Em relação ao segundo ponto, porém, isto é, a postura *anti-establishment*, a situação era mais delicada. A novidade de outrora não era mais tão nova e, ainda que seguisse na tônica neoliberal de

“menos estado e mais capital privado”, João Doria era, agora, prefeito de São Paulo e o adversário principal, Márcio França, filiado ao PSB, ao contrário do outrora petista Haddad, que disputou o executivo municipal com ele dois anos antes.

Ainda assim o “inimigo” precisava ser criado de maneira consistente e, mesmo que não mais no poder, após 12 anos de mando e um recente processo de impeachment, o retorno da “esquerda petista” ainda era uma ameaça. Mais que isso, era uma ameaça alimentada pelo candidato a presidente Jair Bolsonaro, líder nas pesquisas de intensão de votos, ao contrário do candidato tucano ao Palácio, Geraldo Alckmin, terceiro nas sondagens e de quem Dória trabalhava para dissociar sua imagem.

No período analisado, o primeiro vídeo com clara postura adversária ao PT foi postado no dia 19 de setembro e corresponde ao trecho de um debate no qual João Doria contrapõe a sua gestão na prefeitura de São Paulo à do petista Fernando Haddad. Frases como: “fizemos mais do que o governo do PT” e “o seu partido não gosta de fazer, gerar empregos e oportunidades” foram utilizadas pelo então candidato no debate.

Já no dia seguinte, 20 de setembro, nova postagem, desta vez nas ruas de São Paulo, das quais destacamos as afirmações “chega de esquerda, chega de PT”, “nós precisamos construir empregos e oportunidades” e “protegendo as pessoas que mais precisam”. Tem início assim a tônica que permearia o final da campanha de primeiro turno e o todo o segundo turno de João Dória. No gráfico (FIG 2) é possível observar a distribuição temporal dos vídeos. No fim de outubro, verificamos um pico de vídeos postados com esta temática, passando a uma constância de postagens pós-pleito do primeiro turno das eleições, dia 7 de outubro.

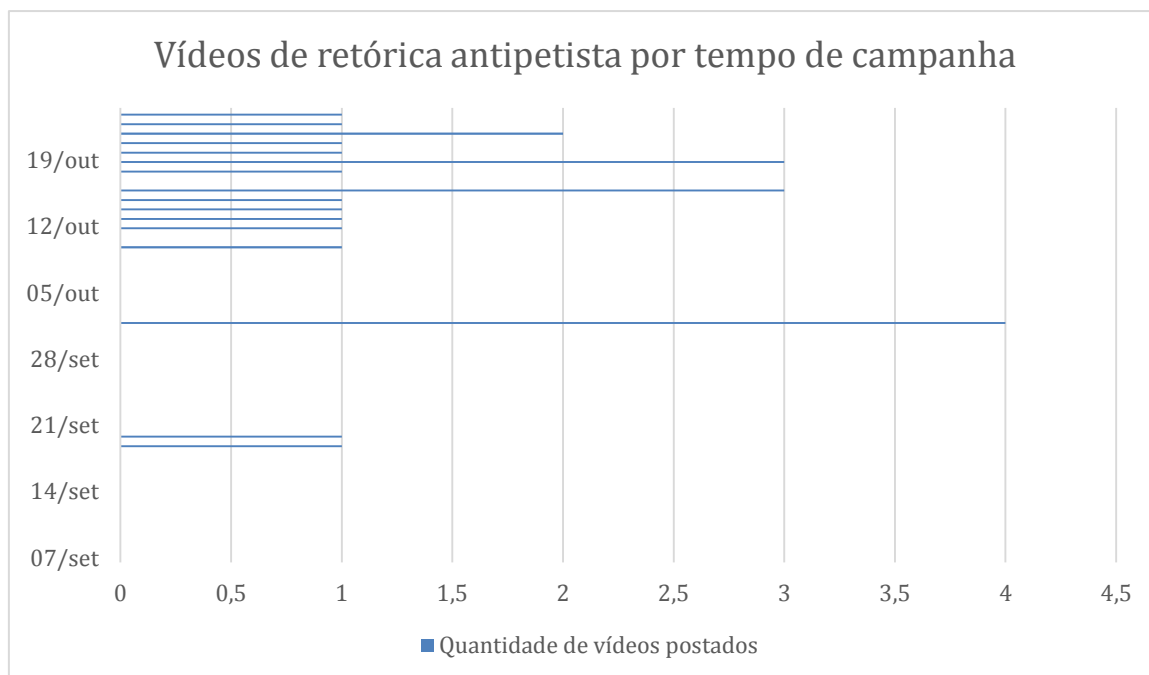


FIG. 2: Vídeos de retórica antipetista por tempo de campanha

Fonte: Autoria própria

Já sobrepostos os dados do quadro norteador (TAB. 1) com o discurso presente nos vídeos postados, temos o seguinte quadro temático. Nele, estão expressões que foram salientadas por Dória e que remetem às características do enquadre adversarial ou do conflito Causa e Solução.

TABELA 2
Expressões-chave do Discurso de João Dória em 2018

Expressões indicativas do Eles: o establishment a ser combatido	Expressões indicativas do Nós: o anti-establishment por SP
"O PT já prejudicou milhões de brasileiros"	"Chega de esquerda, chega de PT"
"Quem promoveu distribuição de empregos e fechamento de empresas foi o governo do seu partido, o PT"	"Protegendo as pessoas que mais precisam"
"O PT proporcionou o maior fechamento de empresas do Brasil"	"Chega de roubalheira"
"O PT institucionalizou o crime"	"Fora PT; PT nunca mais"
"Colocaram o Brasil de joelhos"	"Dória desmascara"
"Governo corrupto; quadrilha de ladrões"	"Eu sou um candidato a favor do Brasil e contra o PT"
	"Contra as esquerdas e contra o que representa a candidatura de Haddad"

<p>"Vocês assaltaram a Petrobrás; mentiram para o povo brasileiro"</p> <p>"Você (Márcio França) foi líder do governo Lula"</p> <p>"Você (Márcio França) é de esquerda e quer disfarçar; adepto da esquerda; defendeu o PT; defendeu Lula; foi contra o impeachment"</p> <p>"A campanha da velha política"</p> <p>"É o estilo Lula, é o estilo PT"</p> <p>"Herdamos do PT"</p>	<p>"Fui combater as ideias da esquerda, do PT e dos seus aliados para evitar que a esquerda, os socialistas, e seus aliados do PT tomem o poder"</p> <p>"É hora de proteger o Brasil; resgatar a esperança"</p> <p>"Defenda São Paulo"</p> <p>"Defendo o fim das mordomias e privilégios"</p> <p>"Vamos reagir com a bandeira brasileira que é verde amarela, não é vermelha"</p> <p>"Ele (Márcio França) se apresenta como novo e eu mostro a história dele"</p> <p>"Assumi o lado de quem defende o Brasil"</p> <p>"Eu tenho um lado e o meu lado é o Brasil. Não é a esquerda"</p> <p>"Não se constrói um futuro olhando para trás"</p> <p>"Sai (da prefeitura) para defender São Paulo de você (Márcio França), dos esquerdistas, do PT"</p> <p>"Os petistas que durante 13 anos roubaram São Paulo"</p> <p>"Temos um guerreiro lutando por nós"</p> <p>"Eu vou sempre defender as pessoas de bem"</p>
---	--

Fonte: Autoria própria

6. "Defenda São Paulo": o enquadre antipetista-*anti-establishment*

A observação da Tabela 2 sob a luz das características do *anti-establishment* indica como a oposição de João Dória 2018 foi construída na tônica da defesa contra um inimigo, sendo este inimigo o PT e a esquerda que ameaçavam retomar o poder que tiveram por 12 anos. Uma defesa essencial para evitar que fosse reinstaurando ou perpetuado um período de "crise", "desemprego", "vergonha do país", "corrupção" e outros tantos males ressaltados nos discursos do tucano. Nos vídeos analisados, essa ideia se mostrou central e o "Acelera São Paulo", que marcou a campanha dele em 2016, foi substituído pelo "Defenda São Paulo",

enquanto o “Fora PT” passava a andar lado a lado com o “PT nunca mais”. Expressões como “proteger os que mais precisam” também foram recorrentes, assim como outras parecidas, como: “evitar que a esquerda e os socialistas tomem o poder (em São Paulo)”.

Neste sentido, “Eles” precisavam ser combatidos, pois eram a causa dos males do país e João Dória seria aquele capaz de combatê-los por “Nós”, aquele que estaria do lado do povo, como expresso em um vídeo postado no dia 12 de outubro no qual o tucano afirma: “eu sou um candidato a favor do Brasil e contra o PT”, “contra as esquerdas e contra o que representa a candidatura de Haddad”. Note-se que Haddad era candidato à presidência da República e o PT não estava no segundo turno para o governo de São Paulo.

É interessante observar, assim, como João Dória construiu sua imagem de *anti-establishment* mesmo estando na prefeitura de São Paulo a partir de uma posição política contrária à esquerda e ao PT, “que durante 13 anos roubou São Paulo”. Ele está, assim, “do lado do Brasil, não da esquerda”, isto é, do sistema causador dos males e a serem combatidos. Em alguns vídeos, a noção do outsider é retomada como no do dia 26 de outubro, quando ele afirma que saiu da prefeitura para “defender São Paulo dos esquerdistas e do PT”.

Em outros vídeos, é possível notar mais uma característica dos discursos *anti-establishment*: a noção de combate à velha política, muito clara no vídeo postado no dia 19 de outubro, no qual ele afirma que “vamos defender São Paulo da velha política” em referência direta à forma de campanha feita pelos seus “adversários de esquerda”, “os aliados do PT, os que armaram os maiores escândalos de corrupção no Brasil”. Ou ainda quando se refere ao “estilo Lula, é o estilo PT, o estilo que São Paulo não quer mais” também para falar da campanha e do discurso do adversário.

A construção da imagem do antipetista-*anti-establishment* se completa assim na personificação, pelo candidato João Dória, daquele que luta em favor do povo como se evidencia visualmente no último vídeo postado, este do dia 27 de outubro (FIG 1). Na animação, uma representação de Dória surge empurrando para fora da bandeira do Brasil, juntamente com Márcio França, o símbolo do PT – que encobriu o escudo “Ordem e Progresso”.

7. Conclusão

Ao longo deste artigo, buscamos mapear a presença de características do que aqui se denomina de “enquadramento antipolítico-*anti-establishment*” nos vídeos postados no Facebook de Dória ao longo da campanha, reconstruindo seu quadro estrutural e temporal. É evidente o fortalecimento de uma política do “anti” que permeia todos os discursos analisados. Discursos estes que fazem eco a uma tônica que contribuiu com a eleição de Jair Bolsonaro para presidência da República no mesmo ano. Retórica esta, também, que encontra espaço em insatisfações e cansaços demonstrado pela sociedade ante a política, numa crise de representação personificada nas frases contrárias ao PT, que por 12 anos governou o Brasil e à esquerda, linha política à qual o partido tem sua imagem associada.

O breve cruzamento de características do discurso *anti-establishment* com o discurso contra o PT e a esquerda apresentado por Dória em vídeos postados no seu Facebook corrobora com a hipótese de que o antipetismo foi usado pelo candidato para a construção de um discurso *anti-establishment* brasileiro. Destaque-se, aqui, a referência ao PT, à Lula ou à esquerda para reformar a postura de João Dória como um candidato de fora de um sistema corrupto e esgotado e que surge para defender o estado de São Paulo de uma velha política que trouxe apenas prejuízos à população.

Uma breve colocação merece espaço. Em relação ao lugar de fala daquele que reivindica o posto de candidato *anti-establishment*, vale a pontuação proposta por Barr (2009) de que um *outsider* não é necessariamente alguém *anti-establishment*, mas alguém que sabe usar de sua credibilidade para propagar discursos *anti-establishment* e se colocar como agentes da mudança. Sikk (2014, p. 523), ao estudar o fenômeno do *anti-establishment* na Europa traça, entre as características, ações que correspondem a reformas no *mainstream* e genuínas novidades organizacionais. Neste aspecto, fazemos uma ressalva e deixamos uma porta aberta que necessita de novas investigações conclusivas capazes de dizer até

que ponto o antipetista João Dória é, de fato, um *anti-establishment* em suas práticas políticas.

Referências Bibliográficas

BARBOSA, Flávio Rodrigues. **Partidos Políticos Antiestablishment na Europa Central pós 1989: uma lógica populista?** Teoria e Pesquisa, 2017

BARR, Robert. **Populists, outsiders, anti establishment.** *Party Politics*. Vol. 15, p. 29-48, 2009

BEZERRA, Heloísa Dias. **Meios de Comunicação, Política e Democracia.** Fragmentos de Cultura. Vol. 18, n.3/4, p. 329-345, mar./abr. 2008

CAMPOS, Luis Augusto. **A identificação de enquadramentos através da análise de correspondências: um modelo analítico aplicado à controvérsia das ações afirmativas raciais na imprensa.** *Opinião Publica* vol.20 no.3, Campinas, 2014 Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-62762014000300377> Acessado em 30 de outubro de 2018.

CASANOVA, Margaret. **Talking Politics to the People: Populism as the Ideology of Democracy,** in Yves Mény and Yves Surréal (eds) *Democracies and the Populist Challenge.* New York: Palgrave, 2002

ENTMAN, R. e USHER, Nikki. **Framing in a fractured democracy: impacts of digital technology on ideology, power, and cascading network activation.** *Journal of Communication*, vol. 68, p. 298-308, 2018.

ENTMAN, R. **Framing: toward clarification of a fractured paradigm.** *Journal of Communication*, vol. 43, n° 4, p. 51-58, 1993.

FAORO, Raymundo. **Os Donos do Poder.** Editora Globo, 2001

GUAZINA, Liziane. **O Conceito de Mídia na Comunicação e na Ciência Política: Desafios Interdisciplinares.** *Revista Debates*, vol. 1, p. 49-64, 2007

GOMES, Wilson. **Transformações da política na era da comunicação de massa.** São Paulo: Paulus, 2007.

GUPTA, Kshitiz; GUPTA, Sumeet. **Antidisestablishmentarianism in the American Election: The Rise of Donald Trump and Far Right Parties in Europe, Identity Politics in the light of Niccolo Machiavelli's Treatise – 'The Prince'.** *Journal of Global Economy*, Vol. 13, n. 4, 2017

HANLEY, S.; SIKK, A. **Economy, corruption or floating voters? Explaining the breakthroughs of antiestablishment reform parties in Eastern Europe**. United Kingdom: European Consortium for Political Research, 2014. The EU's FP7 ANTICORRP Project.

LOPES, Herton Castiglioni. **O novo desenvolvimentismo: uma contribuição institucionalista**. Revista de Economia Política, vol. 36, p. 807-826, 2016
NOGUÈROL, Luiz Paulo. **Instituições da América Portuguesa: uma herança maldita?**. Disponível em https://www.ufrgs.br/ppge/wp-content/themes/PPGE/page/textos-para-discussao/pcientifica/2008_06.pdf Acessado em 17 de março de 2019

MANIN, Bernard. **A democracia do público reconsiderada**. Novos estudos 97, 2013
Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-33002013000300008> Acessado em 30 de outubro de 2018.

MOTTA, L. G. e GUAZINA, L. **O conflito como categoria estruturante da narrativa política: o caso do Jornal Nacional**. Brazilian Journalism Research, vol. 6, n. 1, edição online <<http://www.sbpjor.org.br/ojs/>, 2010> Acessado em 30 de outubro de 2018.

RICCI, Rudá Guedes. **Movimentos e mobilizações sociais no Brasil: de 2013 aos dias atuais**. Ensaio - Saúde debate, nov. 2018

SANTOS, Marcelo. **Campanha não oficial - A rede antipetista na eleição de 2014**. Revista Fronteiras Estudos Midiáticos. Vol. 19, n.1, 2017

SAPERAS, E. **Os Efeitos Cognitivos da Comunicação de Massas**. Lisboa: Edições Asa, 2000.

SCHEDLER, Andreas. **Anti-political-Establishment Parties**. Party Politics, vol. 2, n. 3, p. 291-312, 1996

SIBILIA, Paula. **O show do eu: a intimidade como espetáculo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

WEBER, Maria Helena. **Comunicação e espetáculo da política**. Porto Alegre: Ed. Universidade/UFRGS, 2000.