

A AfD a «farmar aura» na Alemanha? Tudo é possível

Hugo Filipe Lopes aka Cöbramor · 08.09.2026

POLÍTICA · SOCIEDADE

No rescaldo de uma vitória da extrema-direita na região alemã de Saxónia-Anhalt, Cöbramor descobre que Albufeira e a Saxónia têm mais em comum do que parece.

Farmar aura, a nova tendência entre a geração digital, é a explicação ideal para a política do segundo milénio.

Primeiro pela sua componente de *gaming*, universo de onde o termo é originário e ao qual a política se encontra reduzida, tanto por vontade própria como pela estrutura da análise mediática dos debates, assente em tabelas de pontuação em que se decreta um vencedor, socorrendo-se de opiniões como se fossem critérios concretos.

Quando se *farma aura*, o vencedor é quem conseguir ter maior aura, independentemente do que fizer, num maquiavelismo maior que Maquiavel, carregando, de forma inconsciente, a meritocracia para a esfera do concurso de popularidade, *modus operandi* político na era do seu esvaziamento absoluto.

Embora *farmar aura* pareça um abandono do meio digital e um regresso ao *offline*, na realidade é outra manifestação da forma como as redes sociais deixaram de reflectir o real para primeiro modulá-lo e agora capturá-lo.

Ulrich Siegmund, o vencedor pela AfD das eleições regionais na Saxónia-Anhalt, foi tanto um produto destes tempos como também seu produtor, funcionando como braço proletário para credibilização das ideias totalitárias de Musk – a quem agradeceu –, frequentemente rejeitadas devido à sua fortuna e à nacionalidade norte-americana.

A campanha de Siegmund, ex-vendedor de perfumes, ao contrário do seu programa, foi feita com tónica positiva. De acordo com a imprensa independente alemã, isso contribuiu para uma vasta aceitação do seu discurso e da sua figura, geradora de um culto, provavelmente equiparável ao de um outro candidato de bigode que, há 100 anos, foi reunindo apoios nas cervejarias de Munique, e cuja aura Siegmund defende.

A campanha de Siegmund, ex-vendedor de perfumes, ao contrário do seu programa, foi feita com tónica positiva. De acordo com a imprensa independente alemã, isso contribuiu para uma vasta aceitação do seu discurso e da sua figura, geradora de um culto, provavelmente equiparável ao de um outro candidato

de bigode que, há 100 anos, foi reunindo apoios nas cervejarias de Munique, e cuja aura Siegmund defende.

Neste ponto, Siegmund prova como as redes sociais são o *game changer* que a esquerda tem, em alguns casos, recusado, noutros sido incapaz de utilizar em seu proveito para dotar os candidatos de humanidade.

Siegmund cultivou a imagem de homem simpático, acessível, optimista e normal, recorrendo às *selfies*, ao contacto directo com eleitores e à nostalgia de uma Alemanha autónoma, saudosista do nacional-socialismo, seguindo na pegada de Trump e outros, com uma estratégia delineada sobre um enorme investimento nas redes sociais. Isso atirou para segundo plano o seu programa onde consta alterar profundamente a política migratória, reduzir estruturas governamentais, rever políticas da pandemia e alterar políticas de educação e identidade nacional.

O seu slogan, «Tudo é possível», entronca na linha de «Yes, we can», de Obama, demonstrando a enorme atenção e capacidade de aprendizagem da extrema-direita ao cooptar estética, estratégia e léxico, tradicionalmente antagónicos, mas para quem só a vitória interessa e tudo é sacrificável.

Essa cooptação foi também da esfera ideológica, já que a Saxónia histórica deixou marcas territoriais na actual Saxónia-Anhalt - ambas parte da antiga Alemanha de Leste - e esteve no centro da queda do Muro de Berlim. O ressentimento contra o comunismo da URSS constitui uma barreira previsível para os eleitores se reverem na esquerda, sobretudo de linha marxista. Simultaneamente, a Saxónia, tal como muitas zonas da ex-URSS depois da queda do bloco, foi atirada para uma crise, não só económica, mas também de valores e identitária, com os alemães de Leste, como os portugueses do Algarve, a sentirem-se arredados do acesso às instituições democráticas, autodefinindo-se como *Bürger zweiter Klasse* — cidadãos de segunda classe.

A Saxónia, tal como muitas zonas da ex-URSS depois da queda do bloco, foi atirada para uma crise, não só económica, mas também de valores e identitária, com os alemães de Leste, como os portugueses do Algarve, a sentirem-se arredados do acesso às instituições democráticas, autodefinindo-se como *Bürger zweiter Klasse* — cidadãos de segunda classe.

Esse é o paralelismo entre Albufeira e a Saxónia, na medida em que funcionarão ambos como laboratório de extremismo, ambos com candidatos capazes de construir uma imagem de *boy next door*, afastada dos programas neofascistas dos partidos. Essa postura oferece possibilidade de representação ao eleitorado da AfD - como ofereceu ao do CH - pois, de acordo com o Público, metade dos votantes da AfD são homens brancos de meia idade.

Os problemas da Saxónia são afinal os mesmos problemas de toda a Europa envelhecida e decrépita, que permitiu a captura das instituições pelos centros económicos, conduzindo à quebra nos salários e no

poder de compra, à crise habitacional, à destruição dos serviços públicos e infraestruturas, a uma sensação de abandono pelo governo central e à habitual procura de bodes expiatórios onde são mais visíveis e frágeis, como os imigrantes.

Os problemas da Saxónia são afinal os mesmos problemas de toda a Europa envelhecida e decrépita, que permitiu a captura das instituições pelos centros económicos, conduzindo à quebra nos salários e no poder de compra, à crise habitacional, à destruição dos serviços públicos e infraestruturas, a uma sensação de abandono pelo governo central e à habitual procura de bodes expiatórios onde são mais visíveis e frágeis, como os imigrantes.

Tal como Portugal abdicou das lições e da cultura do PREC, também a Saxónia existiu durante décadas sem a concretização do poder popular prometido no seu slogan «O Estado não representa o povo; nós somos o povo». Pelo menos, até Siegmund e a AfD se apropriarem da ideia, reclamando-se seus herdeiros e o verdadeiro povo alemão, caracterizando os outros como outros, sejam as elites, os imigrantes, Berlim ou Bruxelas. Ou seja, a afirmação velada do eurocentrismo através da negação da sua oposição.

Por cá, a extrema-direita ainda insiste no 25 de Novembro, mas depois da vitória da AfD, com circunstâncias e contexto semelhantes aos de Portugal, talvez não demore até se apresentarem como os verdadeiros herdeiros de Abril. A menos que o façamos primeiro.