

DON'T BELIEVE EVERYTHING YOU READ ON THE INTERNET

FAKE

NEWS

AS

E A NOVA ORDEM

(DES)INFORMATIVA

NA ERA DA

PÓS-VERDADE

MANIPULAÇÃO

POLARIZAÇÃO

FILTER BUBLES

JOÃO FIGUEIRA

SÍLVIO SANTOS

ORG.

IMPRESA DA UNIVERSIDADE DE COIMBRA
COIMBRA UNIVERSITY PRESS

HÉLDER PRIOR

Universidade Autónoma de Lisboa/PPGCOM Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

<https://orcid.org/0000-0001-8971-3469>

EM NOME DO POVO: O POPULISMO E O NOVO ECOSISTEMA MEDIÁTICO

ON BEHALF OF THE PEOPLE: THE POPULISM AND THE NEW MEDIA ECOSYSTEM

RESUMO: Este ensaio é uma tentativa de compreender as relações entre o populismo e a política da pós-verdade. Assim, num primeiro momento, procuraremos compreender essa categoria semântica difusa que é o populismo. Posteriormente, realizamos um breve percurso histórico sobre populismo, do populismo clássico ao ressurgimento do populismo na Europa. Por fim, analisamos como o actual modelo da comunicação em rede, particularmente a comunicação direta e a anatomia das redes sociais digitais, se converte num campo fértil para a disseminação da retórica populista.

Palavras-Chave: Populismo; Comunicação Direta; Redes Sociais Digitais; Pós-Verdade

ABSTRACT: In this article, I argue that neopopulism has a close relationship with post-truth politics. Thus, in the first part of this essay, we will try to understand this diffuse semantic category that is populism. Subsequently, we outline a brief history of populism, from classical populism to the resurgence of populism in Europe. Finally, we will try to understand how the current model of network communication, particularly the anatomy of social media, becomes a fertile field for the dissemination of populist rhetoric.

Keywords: Populism; Direct Communication; Social Media; Post-Truth.

I. Introdução

Em tempos de crise das democracias representativas, a eficácia discursiva dos populismos e a sua capacidade para suscitar uma ilusão coletiva acerca da ação política, parecem ter ressurgido no debate político contemporâneo. Categoria semântica difusa, o populismo fabrica um discurso simplista sobre

a realidade social, baseando-se na vontade popular para alcançar o poder e para combater um inimigo do povo, geralmente identificado com a elite. A existência de um inimigo interno ou externo é uma das características agnósticas do populismo, desde a sua génese histórica no final do século XIX. Prospera, regra geral, em países que enfrentam crises do sistema partidário, com baixa cultura cívica e democrática, ou em países que embora tivessem erigido um estável sistema partidário, falharam no processo de mediação entre a política e os cidadãos, gerando sentimentos de reprovação face a uma classe política, a elite, convertida à cleptocracia. Numa era em que o espírito das leis, os procedimentos constitucionais, a justiça social e o sistema representativo, são questionados, surge o líder populista, carismático, com uma liderança política fortemente personalizada, capaz de comunicar diretamente com o povo, recorrendo a uma linguagem simples e popular, respondendo aos anseios dos cidadãos, aos seus desejos, às suas emoções, às suas esperanças e expectativas. De facto, o populismo converteu-se num assunto proeminente do cenário político hodierno. Fenómeno de várias manifestações e variantes, pode surgir no espectro ideológico de esquerda (Hugo Chávez) ou de direita (Le Pen), do mesmo modo que os seus líderes podem assumir diferentes estratégias discursivas ou diferentes estilos políticos. Enquanto ideologia, o populismo não existe de forma pura, surgindo, ao invés, combinado com outros conceitos ou com outras ideologias de baixa ou alta densidade. Os politólogos Cas Mudde e Rovira Kaltwasser são duas das principais referências da abordagem “ideacional” do populismo, definindo o conceito como

uma ideologia de baixa densidade que considera que a sociedade está, em última instância, dividida em dois campos homogéneos e antagónicos – o povo puro versus a elite corrupta – e que defende que a política deveria ser uma expressão da vontade general (vontade geral) do povo (Mudde, Kaltwasser, 2017, p. 18).

Importa referir que o populismo é uma ideologia de “baixa densidade”, no original a *thin-centered ideology*, o que significa, na perspetiva dos autores, que as manifestações do populismo são quase sempre combinadas, parcial ou integralmente, com ideologias diferentes. Isto explica o facto de o populismo poder assumir formas muito diversas e surgir ligado a demais ideias norma-

tivas ou outros elementos ideológicos, como o socialismo, o nacionalismo, o conservadorismo ou o liberalismo. Assim, as manifestações particulares do populismo são quase sempre combinadas com ideologias muito diferentes, uma vez que o populismo apresenta uma morfologia limitada, não obstante a maleabilidade do conceito. Apesar de sofrer alguma contestação acadêmica, a perspectiva “ideacional” permite explicar os motivos que convertem o populismo num conceito tão fluido, que não existe de forma pura e que, inclusivamente, pode apresentar vários subtipos.

Já Ernesto Laclau visa resgatar o populismo de uma posição marginal da Ciência Política, conceptualizando o fenómeno como uma “lógica” inerente à própria atividade política. O teórico argentino procurou ultrapassar a visão meramente pejorativa e imprecisa do populismo, sublinhando que o seu estudo permite compreender, justamente, os interstícios da realidade social e a própria configuração ontológica da atividade política. Se o povo, conceito nuclear do populismo, é o sujeito de toda a política, então o populismo é a lógica da própria política. Como se sabe, a evocação do “povo” é um elemento central da retórica populista, embora o conceito seja um significante vago e impreciso. Laclau argumenta, todavia, que é precisamente o carácter vago ou vazio da expressão “povo” que torna o populismo um fenómeno tão poderoso. Na perspectiva do autor, o populismo deve ser entendido como uma “lógica política” (Laclau, 2005, p. 117) que invoca a supremacia da soberania popular, a sua autoridade política, contra as elites corruptas que defraudaram as expectativas do povo. Converte-se, assim, num discurso anti-elite ou anti-sistema sustentado na soberania popular e que envolve algum tipo de revolta em nome do povo contra o *establishment*. O teórico argentino interpreta o populismo como uma lógica baseada em procedimentos retórico-discursivos assente na “construção do poder como força antagónica”. Tal força antagónica surge mediante um processo de “equivalências”, isto é, mediante a transformação de demandas isoladas e heterogéneas numa demanda global que possibilita o surgimento e a construção daquilo que se entende por “povo” (Laclau, 2005, p. 110). Não obstante, Laclau argumenta que a construção da ideia de “povo” é um ato político por excelência e, neste sentido, qualquer intervenção política é, de alguma forma, uma manifestação populista.

Importa ressaltar que a divisão dicotômica entre “povo puro” e os “outros”, os *outsiders*, identificados como inimigos internos ou externos do “povo puro”, divide simbolicamente a sociedade em dois grupos. Torna-se, porém, conveniente sublinhar que a categoria “outros” nem sempre corresponde às elites de um país, pois pode referir-se aos “imigrantes”, às “minorias étnicas”, grupos religiosos, elites económicas ou políticas e demais grupos sociais que provoquem sentimentos de rejeição num determinado contexto societal e que sejam, de alguma forma, responsabilizados por alguns males sociais por parte da retórica populista. Se a divisão simbólica da sociedade em dois grupos homogéneos, mas antagónicos, é uma condição necessária para a identificação do populismo, tal como a crítica às elites, o politólogo Jan-Werner Müller acrescenta uma outra que nos parece importante ressaltar: o antipluralismo. Para além de se apresentarem como representantes legítimos do povo homogéneo, os populistas reivindicam, geralmente, exclusividade e legitimidade única nessa função representativa. Todos aqueles que não se revejam na liderança populista são deslegitimados *a priori*, tratados como dissidentes, excluídos da categoria “povo” e identificados como grupos pertencentes à elite¹. Como vemos, o populismo é um termo polissémico, ambíguo, cuja origem remonta a movimentos revolucionários que ocorreram em meados do século XIX na Rússia, contra os privilégios da nobreza, e nos Estados Unidos da América, no final desse mesmo século, com a formação do chamado Partido do Povo (The People’s Party). Trata-se de uma categoria pouco precisa que se tem utilizado quer para caracterizar movimentos políticos que clamam por devolver o poder ao povo, combatendo as elites corruptas (“We are transferring power from Washington DC and giving it back to you, the people”, sublinhou Donald Trump na investidura como 45º Presidente dos Estados Unidos

¹ O trabalho de Jan-Werner Müller identifica alguns elementos interessantes que nos ajudam a compreender o populismo e a estudar alguns procedimentos discursivos utilizados por estes dirigentes, bem como alguns elementos comuns a estes movimentos quando se encontram nos governos. A manutenção de uma linguagem polarizada entre o “nós”, o povo e os seus legítimos representantes, e os “outros”, as elites corruptas; a colonização dos órgãos do Estado ou o seu “aparelhamento político” sob a justificação da defesa dos interesses do povo; a discriminação jurídica consoante os indivíduos sejam ou não apoiantes dos dirigentes populistas e, conseqüentemente, enquadrados na categoria do povo ou dos seus legítimos representantes. Ver Müller (2017).

da América²), quer para referir as políticas socialistas da chamada viragem à esquerda da política latino-americana. Daí que seja mais oportuno falar-se de populismos, devido à maleabilidade e porosidade do fenómeno. No contexto europeu, o populismo associa-se frequentemente com movimentos extremistas, nacionalistas, anti-imigração e eurocéticos, mas também se pode referir às estratégias de comunicação de um líder político, que particularmente nos interessam neste empreendimento analítico. Com efeito, e apesar de ser um termo frequentemente utilizado nas lutas partidárias e no campo dos *media*, a sua atualidade e ambiguidade exigem uma discussão mais aturada.

II. As raízes do populismo: O populismo clássico

Podemos encontrar as origens do populismo na Rússia em meados do século XIX, altura em que existiu um contexto político e social específico para a sua eclosão³. Após as invasões francesas, a Rússia formou um poderoso contingente militar com mais de 800 mil soldados, o que absorvia mais de 50 por cento dos recursos do Estado. Por outro lado, e também como resultado das invasões francesas, a Rússia converteu-se num Estado extremamente conservador e contrarrevolucionário, caracterizado, ainda, por uma acentuada recessão económica e por instituições feudais anacrónicas face a outros países europeus. As classes burguesas, que surgiam um pouco por toda a Europa, contrastavam com uma sociedade feudal em que o fosso que separava a nobreza e os agricultores pobres era extremamente significativo. O atraso da sociedade russa verificava-se, também, pela resistência do regime de servidão, o que, durante décadas, provocou várias revoltas das classes populares contra

² Veja-se parte do discurso de Donald Trump contra o establishment, exaltando a categoria do povo da *heartland* em https://www.youtube.com/watch?v=BkNcelgx_ZM (consultado em 14 de novembro de 2018).

³ Considero particularmente relevante o trabalho de Roberto García Jurado acerca das raízes do populismo. Nesta secção, seguimos as suas considerações históricas sobre o surgimento de movimentos populistas na Rússia e nos Estados Unidos da América no final do século XIX. Para uma compreensão mais detalhada, ver Jurado, R. G. (2010). Las raíces del populismo: Los movimientos populistas del siglo XIX en Rusia y Estados Unidos. *Argumentos*, 23(63), 267-288.

os privilégios da aristocracia czarista e em favor da chamada emancipação. O povo era identificado com o agricultor, fonte de moral e alicerce da sociedade tradicional. Deste modo, dos pontos de vista organizativo e ideológico, o populismo russo surgiu dos movimentos intelectuais e revolucionários, alguns de índole anarquista, outros mais liberais e reformistas, dos quais se destacam as organizações A Vontade Popular e Zembla i Volia (Terra e Liberdade). Em termos ideológicos, o populismo russo inspirou-se nas ideias de Lavrov e Mijailovsky, pensadores que criticavam a divisão social do trabalho, que consideravam fonte de inumeráveis males sociais, como a fragmentação da sociedade. Apesar dos ideais populistas coincidirem, em alguns pontos, com os fundamentos do marxismo, foram precisamente os marxistas que procuraram combater o populismo. Os populistas defendiam um socialismo de tipo direto a partir das comunas campestres, sem passar pelo estágio intermédio do capitalismo que os comunistas entendiam como uma fase necessária para a passagem ao socialismo (Garcia, 2010, p. 275).

Enquanto o populismo russo, não obstante ter a sua génese nos agricultores, se tratou essencialmente de um movimento intelectual que procurava influenciar o povo rural, nos Estados Unidos da América o populismo tratou-se de um movimento genuíno de agricultores. O desenvolvimento industrial que transformou a economia americana nas últimas décadas do século XIX, fez com que a economia agrícola perdesse paulatinamente preponderância. Como consequência da urbanização e dos processos de industrialização da economia, os agricultores perderam boa parte do poder de compra que detiveram nas décadas anteriores. Por outro lado, a incorporação dos produtos agrícolas em circuitos mercantis nacionais e internacionais, aumentou o custo de transporte das mercadorias, bem como a carga de impostos, o que levou a que muitos agricultores se endividassem junto das instituições bancárias. Aos olhos dos proprietários de terras, o governo favorecia essencialmente as companhias bancárias e ferroviárias, que enriqueciam com o custo do transporte de mercadorias, enquanto o agricultor comum se endividava cada vez mais.

Assim, a última década do século XIX foi profícua na formação de organizações agrícolas com objetivos claramente políticos e que visavam, sobretudo, reduzir o preço do transporte de mercadorias e diminuir a dependência dos agricultores face aos bancos. Estes movimentos influenciaram politicamente

os agricultores e contribuíram, de certa forma, para a sua literacia política, criando as condições para a emergência, em 1890, do Partido do Povo. Os populistas defendiam, entre outras medidas, a confiscação das terras aos grandes proprietários que enriqueceram devido à especulação bancária e às hipotecas, o imposto progressivo sobre a renda, a redução do horário laboral, a propriedade estatal das linhas de transporte ferroviário, o fim da corrupção e a restrição da imigração. Os agricultores eram representados como o “povo puro”, que produzia os bens necessários à sociedade americana e sem ascendência europeia. Já a elite era identificada com os banqueiros e políticos do nordeste, que extorquiam os agricultores das regiões rurais do sudeste e das grandes planícies americanas (Mudde & Kaltwasser, 2017, p. 37).

Apesar dos populistas se terem estabelecido como a terceira força política nas eleições de 1892, chegando a desafiar o bipartidarismo, o populismo foi desaparecendo da cena política americana à medida que o bipartidarismo se consolidou e, também, a partir do momento que os democratas passaram a incluir nos seus programas eleitorais algumas medidas defendidas pelo chamado “populismo de pradaria”. Não obstante, o populismo americano surgiu de modo revigorado no período da Guerra Fria, especificamente enquanto movimentos reacionários de direita anticomunista, exemplificado pelos excessos da chamada “caça às bruxas” do McCarthyism na década de 1950⁴. Nesta altura, o “povo puro” era constituído pela chamada *heartland* americana, os americanos “reais” e patriotas, enquanto a elite era identificada com parte da população costeira do Nordeste que apoiava ideais socialistas. Nas décadas seguintes, os movimentos populistas americanos de direita foram essencialmente enformados pela ideia de que o Estado Social é demasiado dispendioso e alargado, tendo sido colonizado por uma elite liberal que ataca o estilo de vida do “americano médio” da *heartland*⁵, enquanto concede privilégios às minorias identificadas como o “inimigo interno”. A crise económica do final

⁴ O chamado “Macartismo” teve grande influência na política externa americana, mas também na política interna, com a declarada guerra ao comunismo que atingiu parte da sociedade americana. Todos aqueles que manifestassem ideias comunistas eram apelidados de antipatriotas e tratados como uma ameaça. O também chamado período da “segunda ameaça vermelha” vigorou entre 1950 e 1957.

⁵ *Heartland* é uma espécie de território ou comunidade imaginados pelos populistas que retratam uma identidade homogênea e incorruptível. Se no passado o povo puro da

da década de 2000 levou ao surgimento de dois movimentos populistas, um de esquerda e outro de direita, que cobrem praticamente todo o espectro político. O movimento Occupy Wall Street, um protesto de esquerda contra os resgates à banca realizados nos governos Bush e Obama, que tem um certo paralelismo com o movimento espanhol Indignados⁶, e o famigerado Tea Party, um movimento de direita que, apesar de também se opor à intervenção estatal na banca, identifica a elite, ou o *establishment*, com os democratas, os banqueiros de Wall Street, Hollywood e os grandes grupos de *media*.

Apesar de nem sempre terem tido uma relação harmoniosa com o Partido Republicano, atores políticos republicanos tiveram alguma influência no Tea Party, casos, por exemplo, de Sarah Palin, candidata a vice-presidente nas eleições de 2008, e de Donald Trump, actual presidente dos Estados Unidos da América. Efetivamente, os republicanos familiarizados com movimentos da *alt-right*, que se opõem ao multiculturalismo e à imigração, incorporaram alguns chavões da retórica populista, como a culpabilização do *establishment* político e mediático, e a ideia de um governo controlado pelo povo genuíno e impoluto da *heartland*.

Direita radical, nacionalismo e euroceticismo: a vaga populista na Europa

Nas mais recentes décadas, algumas democracias têm sido confrontadas com intensos desafios e forças internas em conflito que, em alguns casos, acabaram por ter consequências na configuração do espectro político dessas democracias. Efetivamente, o populismo, devido à sua porosidade característica, floresce, como “ideologia” ou lógica política, em novos movimentos sociais ou organizações partidárias que defendem causas nacionalistas ou nativistas e com atitudes xenófobas contra os chamados *outsiders* em sec-

heartland era identificado com os agricultores, atualmente os americanos da classe média e os católicos também ocupam este território imaginado.

⁶ Os protestos de 2011, que ocuparam as praças de algumas das cidades espanholas mais importantes, foram apelidados por alguns meios de comunicação espanhóis de 15M, ou Movimento 15 de Maio. Os protestos, também conhecidos como movimento dos indignados, estavam relacionados com a crise económica de 2008 e com o impacto das políticas de austeridade sentidas, essencialmente, nos países do Sul da Europa.

tores bastante significativos da sociedade europeia. E, como facilmente se constata, a implementação de políticas economicamente austeras em vários países europeus, a par da crise migratória provocada pelas guerras no norte de África e no Médio Oriente, acentuaram formas específicas de populismo distintas do populismo clássico ou da chamada viragem à esquerda do populismo latino-americano.

Alguns desses movimentos políticos, categorizados como pertencentes à extrema-direita (*right-wing*), inspiram-se em ideologias conservadoras e reacionárias, defendendo políticas públicas ou opiniões geralmente ignoradas e até silenciadas pelos governos, pelos partidos políticos e pelos meios de comunicação hegemónicos (Mazzoleni, 2003, p. 4). Dirigem-se ao “povo” e falam para o “povo”, reivindicando uma legitimidade política que advém do “povo” nativista. Em França, Jean Marie Le Pen e, mais recentemente, a sua filha, Marine Le Pen, candidataram-se em “nome do povo” (*au nom du peuple*), em Itália, Matteo Salvini, do partido La Lega, procura combater a imigração colocando, em primeiro lugar, o povo italiano (*prima la nostra gente*) e em Espanha, Scoutiago Abascal, do partido VOX, propõe expulsar os imigrantes ilegais, apelando, simultaneamente, aos valores nacionalistas e identitários do povo espanhol.

Geralmente, os movimentos populistas de extrema-direita tendem a concentrar a sua estratégia em poucos temas, mas temas socialmente controversos e de baixa perceção pública, como a xenofobia, o nacionalismo e a corrupção política. Assim, as mensagens dos seus líderes tendem a ser simplistas, eminentemente denotativas e de fácil difusão e penetração no eleitorado. A exploração de temas ou assuntos que despertam sentimentos ou emoções nos eleitores, a exploração de problemas sociais que geram alarme junto da população, a mobilização do ressentimento ou a defesa de uma democracia direta, sem a mediação das instituições tradicionais, como os partidos políticos ou os meios de comunicação hegemónicos, são as estratégias mais comuns dos recentes movimentos populistas. Recorrendo à exploração de patologias ou anomias sociais, como a corrupção política, o desemprego, a criminalidade e outros temas que provocam insegurança e sensação de risco na população, os novos movimentos populistas promovem, geralmente, uma

campanha para salvar o país ou para fomentar uma profunda regeneração das instituições políticas.

O populismo esteve praticamente ausente do espectro político europeu durante as primeiras décadas do pós-guerra. As consequências dos fascismos e dos totalitarismos fizeram com que a Europa reconstruísse as bases das suas democracias de forma moderada e desconfiada face às exaltações dos líderes políticos e às lideranças excessivamente personalistas. Com efeito, só a partir dos anos 90 é que as forças políticas populistas se começaram a afirmar na Europa, sobretudo como resposta às vagas de imigração e a alguns efeitos resultantes da integração dos países no projeto europeu. São partidos políticos ou movimentos que combinam a porosidade do populismo com princípios nativistas e nacionalistas, estabelecendo uma divisão entre os membros pertencentes à nação, os nativistas, e os membros que constituem uma ameaça ao equilíbrio social, os estrangeiros ou imigrantes. É o caso do partido político francês, Frente Nacional, criado em 1972 por Jean-Marie Le Pen e que disputou a segunda volta das eleições presidenciais em 2017 sob a liderança de Marine Le Pen; do UKIP, o Partido da Independência do Reino Unido, cuja principal figura é Nigel Farage, partidário da saída do Reino Unido da União Europeia; e do partido italiano Lega Nord, fundado por regionalistas do norte de Itália que, nas eleições de 2018, foi o terceiro partido mais votado. A crise económica de 2008, que levou à aplicação de medidas de austeridade, sobretudo nos países do sul, provocou a eclosão de partidos populistas da esquerda radical, casos do Syriza, na Grécia e do Podemos, em Espanha. Estes partidos de esquerda tendem a ser eurocéticos, tal como os partidos da extrema-direita, mas mais por razões económicas, pois sustentam que as medidas de austeridade implementadas pelo Banco Central Europeu, Comissão Europeia e Fundo Monetário Internacional, aumentaram a desigualdade social e a pobreza.

III. Media e populismo

É indiscutível que a ação dos *media* está implicada no surgimento dos movimentos populistas. Os meios de comunicação tendem a dar cobertura

noticiosa a tudo aquilo que represente uma certa rutura com a regularidade do quotidiano e as mensagens populistas, emotivas e disruptivas, desafiam o *statu quo* e a ordem pré-estabelecida. Ao provocarem a ordem social e ao romperem com a “homeostasia do sistema”, as mensagens populistas acabam por merecer ampla cobertura dos meios de comunicação, ativando uma das suas funções sociais mais relevantes, a vigilância sistémica. Deste modo, os *media* servem de palco privilegiado para os movimentos populistas, contribuindo para a difusão das suas mensagens e garantindo-lhes uma certa “legitimação mediática” essencial nas disputas políticas contra os inimigos internos e externos. De outro modo, e uma vez que os meios de comunicação integram, normalmente, as elites de um país, se o movimento populista desafiar seriamente o *establishment*, os meios de comunicação poderão utilizar todo o arsenal de que dispõem para combater e neutralizar a ameaça populista (Mazzoleni, 2003, p. 7). Geralmente, os movimentos populistas encontram uma cobertura mediática mais simpática junto de meios de comunicação propensos ao infoentretenimento. Os movimentos populistas e, sobretudo, os traços da personalidade dos dirigentes políticos que provocam uma certa rutura com a normalidade, são um apetecível produto jornalístico para a imprensa sensacionalista, para os *talk shows* televisivos e para outros produtos que integram o *politainment*. Não obstante, e apesar de podermos considerar que a imprensa de referência é mais próxima das elites e do *statu quo*, o populismo mediático não é exclusivo da imprensa tabloide e dos produtos mediáticos típicos do chamado jornalismo-espetáculo⁷.

Como se sabe, a cobertura dos acontecimentos da política é influenciada pelas rotinas produtivas (*newsmaking*) dos meios de comunicação e pela lógica mediática através de determinados enquadramentos explicativos dos acontecimentos que impõem uma certa definição dos movimentos sociais e políticos. Quer a teoria do *agenda setting*, quer a teoria do enquadramento, atribuem aos meios de comunicação uma relevante capacidade para influenciar atitudes e opiniões públicas. Assim, quando a retórica populista ecoa na imprensa e nas notícias e comentários sobre os acontecimentos da política,

⁷ Sobre os pressupostos do chamado jornalismo-espetáculo, ver Prior, H. (2015). Jornalismo-espetáculo e dramaturgia política. *Lumina*, 9,(1).

é previsível que os enquadramentos favoráveis ou desfavoráveis a essa retórica influenciem a percepção do público sobre os atores populistas. Na luta discursiva pelo estabelecimento de narrativas explicativas dos acontecimentos sociais, geralmente confrontam-se dois tipos de *frames*: os dirigentes populistas, desafiadores do *establishment*, tentam promover um quadro de injustiça que necessita de reparação ou de reformas; as autoridades ou as elites desafiadas, por outro lado, respondem com a necessidade de promover o respeito pelas instituições, pela lei e pela ordem social. Por conseguinte, enquanto os dirigentes populistas instigam sentimentos de indignação, explorando a política das emoções e das sensações, dramatizando os acontecimentos sociais e ocupando os espaços emocionais, as instituições e ideologias políticas tradicionais parece que têm alguma dificuldade em lidar com as descargas emotivas. Por outro lado, e uma vez que a lógica dos *media* foi colonizada por imperativos de mercado, os dirigentes populistas adquiriram a capacidade de responder aos impulsos de dramatização e espetacularidade dos meios de comunicação. Os movimentos populistas procuram enquadrar a sua retórica às exigências da lógica dos *media*, manufacturando os acontecimentos e os discursos com o intuito de responder a determinados valores ou critérios de noticiabilidade, como a rutura da regularidade do quotidiano e a dramatização dos acontecimentos, adaptando-se, perfeitamente, aos objetivos comerciais da indústria dos *media*. Quando os acontecimentos dramáticos do mundo, os sentimentos de risco e de insegurança, as correntes emocionais, não são corretamente articulados pelas instituições tradicionais de mediação (meios de comunicação, partidos políticos, sociedade civil...), os sentimentos de insegurança, desproteção e indignação tomam conta dos cidadãos e são, muitas vezes, um alvo fácil para a retórica populista.

V. Desintermediação e comunicação direta: a crise dos *gatekeepers*

Tendencialmente desconfiados dos meios de comunicação hegemónicos, que são incluídos na elite corrupta ou no *establishment* de um determinado país, os dirigentes populistas utilizam estratégias de comunicação direta, em grande parte sustentadas pelos mecanismos de comunicação digital, para ape-

lar ao povo sem intermediários. A Internet e a comunicação em rede que a caracteriza, provocaram uma descentralização dos processos comunicacionais, permitindo que polos individuais externos às elites mediáticas, políticas e aos agentes orgânicos do campo do jornalismo, possam difundir mensagens que escapam ao controlo dos mediadores tradicionais. Manuel Castells, em *Comunicação e Poder* (2009), apelida este processo de “*mass-self communication*”, ou comunicação individual de massas, isto é, um tipo de comunicação que, beneficiando da rede, pode alcançar uma audiência indeterminável, mas que, por outro lado, está ao alcance de qualquer indivíduo. A comunicação digital rompe com o paradigma tradicional denominado de *gatekeeping*, permitindo aos dirigentes políticos e aos cidadãos contactar diretamente, replicando, na comunicação em rede, mensagens muitas vezes por filtrar. “Agora, cada indivíduo pode, dispensando a mediação jornalística, aceder à esfera pública, condicionar as agendas mediáticas e os temas de discussão e interagir nas redes locais e globais da comunicação digital que caracterizam a sociedade em Rede” (Prior, 2016, p. 186). Deste modo, o modelo comunicacional descrito por Castells, alterou os processos e as estratégias da comunicação política e os dirigentes populistas sabem-no perfeitamente. O Movimento Cinque Stelle (M5S), fundado pelo apresentador italiano de televisão, Beppe Grilo, ilustra a exploração da comunicação direta e do modelo da rede por parte de movimentos populistas. A Internet foi propositadamente escolhida pelos líderes do M5S como a principal arena pública de desafio ao *statu quo* italiano, isto é, à classe política dominante e aos *media mainstream*. Se, em pouco tempo, o M5S se tornou na principal força política italiana, vencendo as eleições em 2018, tal não pode ser dissociado da cultura digital que caracteriza o movimento, por um lado e, por outro lado, da exploração da revolta ética contra o *establishment* político-mediático.

Defendendo uma “cidadania digital”, o Movimento Cinque Stelle acredita no poder da comunicação em rede e das tecnologias de informação para devolver a soberania ao povo, embora o povo ao qual apelam Beppe Grillo e o seu sucessor, Luigi Di Maio, não seja mais o povo humilde tradicionalmente alvo do populismo, mas antes uma população letrada e constituída por “nativos digitais”, pelo “povo sofisticado da Web” (Santos, 2013). E esta é, de facto, uma originalidade do populismo mediático de movimentos como o Cinque Stelle.

De outro modo, a rede funciona como um poderoso replicador de conteúdos produzidos quer pelos dirigentes políticos, quer pelos cidadãos, estimulando a comunicação interpessoal dos eleitores próximos a estes movimentos. Tal significa que as mensagens podem circular por públicos extraordinariamente vastos e isto é válido, naturalmente, para as mensagens não filtradas que podem ter sido produzidas para manipular a opinião pública. Deste modo, o populismo mediático revela, ainda, outra dinâmica de relacionamento entre os meios de comunicação e os atores políticos: as estratégias de manipulação e desinformação utilizadas por alguns movimentos neopopulistas.

VI. *Social media* e “populismo digital”

O uso estratégico dos canais de comunicação foi, desde sempre, uma das preocupações dos dirigentes políticos e, conseqüentemente, não é de estranhar que os *media*, nomeadamente os chamados “novos *media*” onde se incluem os blogues, as redes sociais digitais e os dispositivos móveis, se tenham convertido num obscuro objeto de desejo da retórica populista e da propaganda política destes movimentos. Deste modo, o populismo é enformado e *performatizado* através de um repertório discursivo erigido sobre as ruínas do colapso da legitimidade tradicional da política, do declínio das ideologias e da desconfiança dos cidadãos face às instituições sociais, inclusivamente face ao campo dos meios de comunicação. É, neste contexto, que surgem líderes personalistas e carismáticos que procuram exercer o poder político, ou ter alguma influência no exercício do poder político, através do apoio não mediado e não institucionalizado de um grande número de seguidores, que em grande medida se manifestam através da comunicação digital e que replicam mensagens em rede. Por conseguinte, os riscos para a democracia e, até, para a comunicação democrática, tornam-se evidentes. Ao duvidarem sistematicamente das notícias, sobretudo quando as notícias colocam em causa a retórica populista, e ao contactarem de forma não mediada com “o povo”, inculcando diretamente as suas mensagens propagandísticas, o populismo “flerta”, muitas vezes, com estratégias de desinformação e manipulação da realidade. São estratégias que, devido à prevalência da comunicação

digital, descentralizada e sem a mediação dos outrora guardiães do interesse público, pelo menos de acordo com a teoria normativa e liberal do jornalismo, parecem ter sido aperfeiçoadas.

De facto, se olharmos para o referendo que resultou no processo conhecido por *Brexit*⁸ e para alguns atos eleitorais recentes, particularmente as eleições presidenciais americanas de 2016 e brasileiras de 2018, parece inevitável constatar que a desinformação e a manipulação se converteram numa das principais estratégias discursivas utilizadas por alguns movimentos populistas. Os meios de comunicação, mormente as modernas redes sociais digitais, são atualmente um importante protagonista no processo de fabricação e difusão de práticas populistas de desinformação que, no entanto, se convertem em factos socialmente aceites e inquestionáveis pelos cidadãos, sobretudo pelos cidadãos mais envolvidos emocionalmente com as mensagens e com os movimentos populistas. Ao possibilitarem práticas de comunicação direta que dispensam a mediação tradicional dos *gatekeepers*⁹, plataformas como o Facebook, Youtube, Twitter e WhatsApp, são meios privilegiados da comunicação política contemporânea, permitindo o estabelecimento de fluxos comunicativos entre os dirigentes políticos e os cidadãos, bem como o estabelecimento de redes horizontais de comunicação de muitos para muitos, *many to many* nas palavras de Castells. Assim, as chamadas redes sociais digitais oferecem aos políticos populistas a possibilidade e a liberdade para difundirem as suas mensagens e as suas ideologias. Os movimentos populistas contemporâneos emergiram, por um lado, num período histórico marcado por crises económicas e por uma forte contestação a essas crises, contestação que provocou a erosão das democracias representativas tradicionais e, por outro lado, numa

⁸ A saída do Reino Unido da União Europeia é apelidada de *Brexit*, palavra que resulta da junção das expressões *Britain* e *exit*.

⁹ Por *gatekeepers* entendemos os agentes orgânicos do campo do jornalismo que são responsáveis pela seleção dos temas que devem chegar ao público. O *gatekeeping* refere-se a uma função comunicativa atribuída por David White à atividade jornalística. Indica as barreiras que existem nas redações jornalísticas e que são responsáveis por decidir quais os acontecimentos que se vão converter em notícias e quais os critérios de noticiabilidade que serão aplicados. Ver Prior, H. (2015). Gatekeeping. In: I. Crespo, O. D'Adamo, V. G. Beaudoux, & A. Mora (Eds.), *Diccionario Enciclopédico de Comunicación Política*. Madrid: Centro de Estudios Políticos y Constitucionales. Consultado em: <http://www.alice-comunicacionpolitica.com/wikialice/index.php/Gatekeeping>.

época marcada pela irrupção de novas plataformas tecnológicas que alteraram o modo como os indivíduos comunicam. A ascensão do “populismo digital” necessita, com efeito, de ser enquadrada como um produto destas transformações, uma vez que elas possibilitaram as condições para os movimentos populistas apelarem a eleitores insatisfeitos e digitalmente conectados em rede (Gerbaudo, 2018). De outro modo, e devido à desconfiança de muitos cidadãos em relação aos meios de comunicação hegemónicos, as plataformas de *social media* afirmam-se como um canal adequado para que a retórica populista se faça ouvir, por um lado e, por outro, para que os cidadãos manifestem a sua indignação em relação às elites políticas corruptas e em relação aos próprios *media* hegemónicos, tidos como integrantes do *establishment* financeiro, também ele corrupto. Com efeito, os *media* digitais oferecem aos movimentos populistas a possibilidade de utilizarem canais alternativos de notícias que fomentam e disseminam um discurso anti-*establishment*, propiciando a mobilização cidadã necessária à base de apoio populista. Canais alternativos de notícias e discussão política como o *Breitbart News*, co-fundado por Steve Bannon, o espanhol *La Tuerka*, ou o *site* de *fake news InfoWars*, um dos *sites* de notícias preferidos de Donald Trump na campanha de 2016, comprovam esta tendência¹⁰.

VII. O populismo e a relação com a (pós) verdade

As transformações nas condições ou nos espaços onde a política ocorre, transformações nos processos de mediação da política, oferecem, de facto, novas oportunidades, mas também novos riscos e até novas práticas performativas da política e dos seus atores. O ressurgimento do populismo coloca, efetivamente, novas questões à relação da política com os meios de comunicação, mas revela, ainda, uma nova relação da política com a verdade. Consi-

¹⁰ O *Breitbart News* foi descrito por Steve Bannon como uma “plataforma para a alt-right”. O *site* ficou conhecido por divulgar conteúdos considerados xenófobos e misóginos, além de notícias falsas e teorias da conspiração que beneficiaram o crescimento de sentimentos favoráveis à extrema-direita. Já o *La Tuerka* é um programa transmitido pela *TV Público* através da internet em que Pablo Iglesias, fundador do Podemos, é um dos apresentadores.

derada palavra do ano de 2016 para os Dicionários Oxford, a “pós-verdade” refere-se ou denota circunstâncias nas quais os factos objetivos são menos influentes na percepção pública dos acontecimentos do que as crenças pessoais ou as emoções (Oxford University Press, 2017).

Após o *Brexit* e a eleição de Donald Trump, em 2016, as palavras “pós-verdade” e “pós-facto” entraram no léxico da discussão sobre *media* e populismo para referir uma certa erosão da factualidade e uma nova relação dos atores políticos e dos cidadãos com a verdade. Aquilo que se entende por verdade e por factualidade passou, com efeito, a ser alvo de discussões e reinterpretações, justamente porque o populismo tem uma relação problemática ou diferente com a verdade, sobretudo porque a noção de verdade passou a estar ancorada em interesses particulares e tudo aquilo que não esteja de acordo com esses interesses, com as visões partidárias ou ideológicas, passou a ser desqualificado independentemente da verificação dos factos, da objetividade e do princípio de realidade. Hannah Arendt já havia denunciado que a “verdade e a política sempre estiveram em más relações” (Arendt, 2006, p. 237), tal como, inclusivamente, chamou a atenção para a manipulação em massa de factos e de opiniões, em que os *mass media* desempenham um papel preponderante. De outro modo, o próprio Noam Chomsky incluiu os meios de comunicação no conjunto de sistemas que produzem propaganda corporativa, denunciando um certo viés sistémico dos *media* ao serviço de interesses económicos e corporativos de “fabricação do consenso” (Chomsky, 2005). Assim, a pós-verdade não deve ser confundida com a desinformação ou com a manipulação, conceitos que têm uma longa história no pensamento político. A discussão sobre a pós-verdade refere-se a um tempo em que as narrativas sobre os acontecimentos do mundo se impõem aos próprios acontecimentos ou factos ditos “objetivos”, sobretudo pela forma como são “costuradas” e repetidas ou “viralizadas” nos *media* digitais. Crenças ou informações por verificar são consideradas credíveis e são disseminadas como se de factos ou acontecimentos reais se tratassem. Referem-se, por um lado, as circunstâncias nas quais os factos são menos influentes na formação da percepção pública sobre os acontecimentos do que as crenças ou as emoções dos indivíduos. Por outro lado, a pós-verdade define um tempo no qual os dispositivos centralizados de produção de propaganda e de falsificações da realidade,

cujo Ministério da Verdade no *newspeak* orwelliano é a metáfora mais eloquente, deram lugar a uma multiplicação de dispositivos descentralizados e fragmentados de produção de falsidades e de narrativas alternativas sobre os acontecimentos do mundo. Em *The post-truth era: Dishonesty and deception in contemporary life*, Ralph Keyes sublinha que na era da pós-verdade, já não existem apenas verdades ou mentiras, mas antes uma terceira categoria de afirmações ambíguas e dúbias que não correspondem exatamente à verdade, mas que são demasiado suaves para serem taxativamente apelidadas de mentiras (Keyes, 2004, p. 15). Na perspectiva de Keyes, a pós-verdade existe numa zona eticamente cinzenta que permite às pessoas dissimular sem se considerarem desonestas, pois as mentiras são quase sempre apresentadas como apenas mais uma narrativa sobre a realidade, como apenas mais uma versão ou “facto alternativo”¹¹. Não interessa se as “estórias” partilhadas através das redes horizontais de comunicação são verdadeiras ou falsas, já que os sujeitos estão apenas interessados em confirmar e partilhar uma determinada visão do mundo, uma visão que esteja de acordo com os seus preconceitos, estereótipos, atitudes ou crenças.

Ora, a pós-verdade converteu-se numa estratégia política visível em muitas campanhas eleitorais de dirigentes populistas e não é por acaso que surge, justamente, relacionada com a proliferação de notícias falsas e de rumores ou boatos. Por apelarem às emoções, por serem “tecidas”, “manufaturadas” e disseminadas para parecerem verdadeiras, as *fake news* são, essencialmente, pós-verdades. Se é certo que as notícias falsas, os boatos e os rumores, existem desde o surgimento da imprensa, também é verdade que a era digital criou as condições para a sua ampla difusão e divulgação sem filtragem ou mediação. Referimo-nos a informações falsas concebidas intencionalmente para ludibriar ou manipular o público, recorrendo a técnicas próprias do campo do jornalismo, técnicas que lhes conferem aparente veracidade e factualidade. São conteúdos essencialmente apelativos do ponto de vista emocional, que despertam a atenção do público porque causam algum tipo de rutura ou sensa-

¹¹ A expressão “factos alternativos” foi utilizada por Kellyanne Conway, Conselheira do presidente Donald Trump, para defender a narrativa da Casa Branca de que a tomada de posse de Donald Trump não teve menos público do que a tomada de posse do antecessor, Barack Obama.

ção, reforçando ideais políticos ou ideológicos. São, sobretudo, difundidas nas redes sociais digitais e patrocinadas pela propaganda política e pela chamada “indústria de cliques” e publicidade comercial.

“O Papa apoia a candidatura de Donald Trump”; “Wikileaks confirma que Hillary Clinton vendeu armas ao Estado Islâmico”; “Permanência do Reino Unido na União Europeia custa 350 milhões de libras por semana”; “Bolsonaro é eleito o político mais honesto do mundo”. Algumas destas notícias falsas foram compartilhadas milhares, ou até milhões de vezes, nas redes sociais digitais e podem, inclusivamente, ter influenciado alguns processos eleitorais.

Durante a campanha do referendo à permanência do Reino Unido na União Europeia, apoiantes do Brexit difundiram o boato de que a permanência do Reino Unido na União Europeia tinha um custo semanal de 350 milhões de libras, dinheiro que após o Brexit seria investido no sistema nacional de saúde. Esta foi uma das principais mensagens difundidas por Boris Johnson, que percorreu o país num autocarro com a mensagem impressa. Todavia, após o referendo, a informação foi desmentida pelos próprios partidários do “*Leave*”.

Nas eleições brasileiras de 2018, apoiantes do candidato da extrema-direita, utilizaram os grupos do WhatsApp como uma verdadeira máquina de *fake news* a favor de Jair Messias Bolsonaro. Jornalistas do *El País* acompanharam, durante três semanas, páginas e grupos de mobilização *online* de apoio ao candidato do Partido Social Liberal (PSL), e verificaram a difusão de mentiras camufladas como notícias, falsos apoios de celebridades à campanha de Bolsonaro e vídeos propagandísticos que procuravam desmentir as notícias desfavoráveis à sua campanha, criando uma desconfiança em relação à imprensa *mainstream*¹², muito comum a estes movimentos neopopulistas. Para combater a profusão de *fake news* na rede, a plataforma Facebook, que foi acusada de contribuir para a eleição de Donald Trump, removeu dezenas de páginas e de contas suspeitas de difundirem conteúdos falsos e propagarem desinformação a favor da campanha de

¹² Benites, A. (2018, 28 de setembro). A máquina de fake news nos grupos a favor de Bolsonaro no WhatsApp. *El País*. Consultado em https://brasil.elpais.com/brasil/2018/09/26/politica/1537997311_859341.html.

Jair Bolsonaro. Muitos desses conteúdos foram difundidos pelo Movimento Brasil Livre¹³ (MBL) em páginas de desinformação, como o *Jornalivre*, *Diário Nacional* ou *Brasil 200*, páginas disfarçadas ou “travestidas” de linguagem jornalística. Um outro aspeto interessante da campanha de Bolsonaro tem que ver com o uso estratégico dos diretos no Facebook e dos vídeos no WhatsApp usados para contactar com a sua base eleitoral. O candidato do PSL não participou em debates eleitorais durante a segunda volta das eleições e praticamente não concedeu entrevistas televisivas. Em termos de comunicação política no caso brasileiro, a inovação tem que ver com o uso das plataformas digitais para difundir mensagens propagandísticas e, não menos importante, a utilização dos próprios apoiantes de Bolsonaro como replicadores dos conteúdos propagandísticos e das declarações do candidato, particularmente através da plataforma WhatsApp.

Como vemos, o ressurgimento dos movimentos populistas exige ser enquadrado tendo em conta as mudanças que se verificam na comunicação pública numa era de uma certa hegemonia tecnológica e digital, particularmente pautada pelos dispositivos móveis. As relações entre o populismo e a política da pós-verdade colocam questões relacionadas com os novos mecanismos de fraude e de falsificação da realidade que devem ser interpretados mediante o colapso do *gatekeeping* e o surgimento de novas formas de mediação. É, justamente, nesse sentido que a política da pós-verdade estabelece uma estreita “afinidade” com as estratégias de comunicação dos dirigentes populistas (Waisbord, 2018, p. 14).

¹³ O Movimento Brasil Livre foi fundado em 2014 e posiciona-se, essencialmente, à direita do espectro político brasileiro sendo, essencialmente, antipetista. O movimento desempenhou um papel importante nos protestos pró-impeachment de Dilma Rousseff em 2015 e 2016.

Início » Uncategorizad » Bolsonaro é eleito o político mais honesto do mundo

Uncategorizad

Bolsonaro é eleito o político mais honesto do mundo

Por Josias Oliveira - 8 de outubro de 2016

589



Atriz abandonada pela Globo pensa em suicídio

23 de julho de 2016



Fui estuprada pelo meu marido e ele foi estuprado na cadeia

15 de junho de 2016



PT e PSDB se unem para derrotar Bolsonaro

17 de julho de 2016



Patricia Lelis: Os crentes são todos uns babacas alienados

2 de outubro de 2016

IMAGEM 1: Notícia falsa publicada pelo *site* Folha Brasil em 2016 que afirmava que Jair Bolsonaro teria sido eleito o político mais honesto do mundo pela Fundação Transparência Internacional, uma organização inexistente. O conteúdo foi, posteriormente, bloqueado pela Google.

Considerações finais

A atual conjuntura populista não pode deixar de ser relacionada com a irrupção de meios de comunicação alternativos, próprios da comunicação digital, e com a respetiva fragmentação do espaço público. A polarização política, as clivagens ideológicas, o surgimento de movimentos políticos e mediáticos alternativos, a demagogia e a retórica populista, encontram na comunicação em rede, particularmente nas páginas de redes sociais digitais como o Facebook, o Twitter, o Youtube ou o WhatsApp, um terreno bastante fértil para a disseminação das suas mensagens e discursos. Ao promover uma comunicação direta com e entre o “povo”, estimulando sentimentos de indig-

nação contra as elites corruptas e contra o *establishment* político, a retórica populista alimenta-se de fluxos comunicativos sem a mediação tradicional dos agentes orgânicos do campo mediático. Neste sentido, as mentiras políticas modernas, tal como as estratégias de desinformação, manipulação da imagem e profusão de “factos alternativos”, resistem ao embate com a verdade e com a factualidade de um modo completamente novo. Se é verdade que, como contundentemente assinalou Hannah Arendt, “a verdade e a política sempre estiveram em más relações”, parece evidente que a atual retórica neopopulista acabou por relativizar a importância da verdade e dos factos no debate público característico da sociedade em rede.

Por conseguinte, neste ensaio procurámos abordar o ressurgimento do populismo perante a política da pós-verdade e, conseqüentemente, o visível conflito contemporâneo entre o populismo e os princípios estruturantes das democracias, sobretudo aqueles princípios relacionados com o campo dos *media*. Fenómenos populistas recentes, especialmente relacionados com o crescimento da extrema-direita, revelam-se problemáticos para a comunicação democrática, sobretudo em momentos de eleições. Efetivamente, é visível o conflito entre determinadas estratégias de dirigentes populistas e alguns dos princípios elementares da comunicação democrática e da atividade do campo dos *media*. O recurso à política da pós-verdade, à desinformação e à manipulação da realidade ou, inclusivamente, às *fake news* como forma de propaganda entra, necessariamente, em conflito com a procura da verdade, com a exigência da factualidade informativa, com a liberdade de imprensa e com independência do jornalismo face às pressões do poder político. Talvez seja por isso que os dirigentes populistas têm uma relação tão conturbada com os meios de comunicação tradicionais.

Assim, se o populismo expõe a crise das democracias liberais e a desconfiança dos cidadãos face às instituições políticas, alguns movimentos neopopulistas evidenciam problemas relacionados com a expansão da comunicação digital. A descentralização dos processos comunicacionais provocada pelo impacto da comunicação em rede, a irrupção das redes sociais digitais e o crescimento exponencial de utilizadores da comunicação móvel, particularmente dos *smartphones*, criou o contexto ideal para que certos movi-

mentos populistas utilizem estratégias características da chamada política da pós-verdade.

Referências bibliográficas

- ARENDDT, H. (2006). *Entre o passado e o futuro: Oito exercícios sobre o pensamento político*. Lisboa: Relógio D'água Editores.
- BRETON, P. (2001). *A palavra manipulada*. Lisboa: Editorial Caminho.
- CHOMSKY, N. (2004). *Fabricando el consenso: El control de los medios masivos de comunicación*. Buenos Aires: Editorial virtual.
- DURANDIN, G. (1995). *La información, la desinformación y la realidad*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- GERBAUDO, P. (2018). Social media and populism: An elective affinity?". *Media Culture & Society*, 40(5), 745-753.
- JURADO, R. H. (2010), Las raíces del populismo: Los movimientos populistas del siglo XIX en Rusia y Estados Unidos. *Argumentos*, 23(63), 267-288.
- KEYES, R. (2004). *The post-truth era: Dishonesty and deception in contemporary life*. New York: St. Martin's Press.
- LACLAU, E. (2005). *On populist reason*. London: Verso.
- MAZZOLENI, G., Stewart, J., & Horsfield, B. (2003). *The media and neo-populism. A contemporary comparative perspective*. Westport: Praeger.
- MUDDE, C., & Kaltwasser, C. R. (2017). *Populismo: Uma brevíssima introdução*. Lisboa: Gradiva.
- MÜLLER, J.-W. (2017). *O que é o populismo?*. Lisboa: Texto Editores.
- PRIOR, H. (2016). *Esfera pública e escândalo político*. Porto: Media XXI.
- SANTOS, J. A. (2013, 10 de janeiro). Os media, a rede e o poder. *Comunicación/es*. Consultado em https://www.tendencias21.net/comunicacion/Os-media-a-rede-e-o-poder_a22.html a 14 de novembro de 2018.
- WAISBORD, S. (2018). The elective affinity between post-truth communication and populist politics. *Communication Research and Practice*, 4(1), 17-34.