

## A COMUNICAÇÃO PÚBLICA POPULISTA À LUZ DA LITERATURA ESPECIALIZADA

### POPULIST PUBLIC COMMUNICATION IN THE LIGHT OF SPECIALIZED LITERATURE

Paulo Ferracioli<sup>1</sup>, Danilo Rothberg<sup>2</sup>

**Resumo:** A literatura sobre populismo se divide em diferentes maneiras de compreender o conceito. Diante de pontos de tensão na compreensão do populismo, este artigo tem como objetivo apontar maneiras de operacionalizar seu estudo na comunicação pública de Bolsonaro frente às diferentes interpretações da literatura. Tomando como base o agrupamento das correntes de estudos sobre populismo proposto por De Vreese (2018) e Moffitt (2020), o artigo sugere como os diferentes paradigmas se relacionam ao caso do ex-presidente brasileiro: populismo como ideologia; estratégia; discurso; e fenômeno de comunicação. À luz das particularidades de cada paradigma, o artigo indica como rastrear as características populistas de instrumentos de comunicação pública de Bolsonaro, como as lives semanais, as falas improvisadas, as entrevistas concedidas seletivamente a aliados e os arroubos no cercadinho do Palácio do Alvorada.

**Palavras-Chave:** Populismo. Comunicação pública. Bolsonaro.

**Abstract:** The literature on populism divides into different ways of understanding the concept. Faced with points of tension in the understanding of populism, this article aims to point out ways to operationalize its study in Bolsonaro's public communication in the face of different interpretations of the literature. Based on the grouping of studies on populism proposed by De Vreese (2018) and Moffitt (2020), the article suggests how the different paradigms relate to the case of the former Brazilian president: populism as an ideology; strategy; speech; and communication phenomenon. In light of the particularities of each paradigm, the article indicates how to trace the populist characteristics of Bolsonaro's public communication instruments, such as weekly lives, improvised speeches, interviews selectively granted to allies and raptures at Palácio do Alvorada.

**Keywords:** Populism. Public communication. Bolsonaro.

<sup>1</sup> Unesp (Universidade Estadual Paulista). Doutor em Ciência Política pela Universidade Federal do Paraná. ferracioli.paulo@gmail.com

<sup>2</sup> Unesp (Universidade Estadual Paulista). Doutor em Sociologia pela Unesp. danilo.rothberg@unesp.br

## 1. Introdução

Estudos dedicados a analisar o populismo muitas vezes se iniciam a partir de um mesmo apontamento: a literatura sobre o tema não é pacífica sobre uma definição do que é populismo. Até mesmo por essa multiplicidade de conceitos que tentam apreender esse objeto, Moffit (2020), no que está acompanhado por outros como Engesser, Fawzi e Larsson (2017) e Cassimiro (2021), sugere classificar os diferentes estudos sobre populismo em três eixos: populismo como ideologia, populismo como estratégia e populismo como discurso. Além desses três eixos mencionados, estudos recentes vêm adotando o conceito de populismo como forma de comunicação (DE VREESE et al., 2018).

Todas essas concepções estão de acordo com características centrais do populismo: a de que há uma divisão entre povo e uma elite (MOFFIT, 2020). Elas divergem, entretanto, na maneira de enxergar e propor análises sobre o populismo. Alguns até mesmo propõem critérios adicionais, como liderança personalista (WEYLAND, 2017), a necessidade de se delimitar uma crise (ROODUIJN, 2014) ou a exclusão de "outros" perigosos (ALBERTAZZI; MCDONNEL, 2008). Mesmo dentre as concepções que ainda se restringem à cisão entre povo e elite, há pesquisadores que entendem o populismo como propriedade ou atributo de um ator político – como uma ideologia daqueles que consideram que o populismo é algo que os atores políticos "fazem" – como um discurso. As implicações dessas maneiras opostas de se conceber o populismo terão implicações para o estudo da comunicação de um presidente populista.

Essa distinção dos conceitos adotados não é trivial, porque a concepção de populismo adotada irá impactar tanto metodológica quanto epistemologicamente a análise que os pesquisadores irão efetuar sobre o fenômeno estudado. Uma abordagem do populismo como ideologia pode se dedicar mais ao estudo de características do líder que comprovem sua identificação com o populismo, enquanto uma abordagem baseada na classificação do populismo como discurso estará mais interessada em compreender como esse líder constrói o discurso que o sustenta no poder. Considerando essas diferenças no conceito e as conseqüentes mudanças na análise, é necessário demonstrar como um exemplo brasileiro, no caso o governo de Jair Bolsonaro (2019-2022), pode ser enquadrado à luz do populismo.

Para demonstrar essas distinções, será analisado como cada uma das concepções enxerga o populismo a partir das contribuições de seus autores mais relevantes: como ideologia (HAWKINS; ROVIRA KALTWASSER, 2022; MUDDE, 2004, 2007; MUDDE; ROVIRA KALTWASSER, 2017; MÜLLER, 2016); como estratégia (JANSEN, 2011; ROBERTS, 2003; WEYLAND, 2001, 2017); como discurso (LACLAU, 2013; OSTIGUY, 2017; WODAK, 2015) e como comunicação (DE VREESE et al., 2018; ERNST et al., 2019; ZULIANELLO; ALBERTINI; CECCOBELLI, 2018)

No Brasil, é preciso registrar que existe um amplo conjunto de pesquisas científicas que consideram o ex-presidente Jair Bolsonaro como representante populista (AGGIO; CASTRO, 2020; ALBUQUERQUE, 2021; BAPTISTA; HAUBER; ORLANDINI, 2022; LUIZ, 2020; LYNCH; CASSIMIRO, 2021, 2022; RICCI; IZUMI; MOREIRA, 2021; TAMAKI; FUKS, 2020; VAZQUEZ; SCHLEGEL, 2022), inclusive destacando sua atuação durante a pandemia de Covid-19 (PENTEADO et al., 2022). Aggio e Castro (2020) apontaram que Bolsonaro já declarou que seu "partido é o povo", bem como tem utilizado de características retóricas típicas do populismo em suas manifestações, como enfatizar a soberania do povo, atacar as elites, "ostracizar" o outro e enaltecer a pátria-mãe.

As investigações que analisam Bolsonaro sob a ótica do populismo demonstraram, ainda, que ele mobilizou um sentimento de ódio na população com desinformação sobre uma "guerra cultural" contra a esquerda que estaria destruindo a família e os valores nacionais (BAPTISTA; HAUBER; ORLANDINI, 2022). A mesma investigação também apontou como a imprensa frequentemente utiliza o termo "populista" para se referir a governos como o de Bolsonaro, em vez de uma caracterização mais explícita como "extrema-direita". Brown e Mondon (2021) argumentam que essa ênfase no termo "populista" desvia a atenção da análise do apoio das elites nacionais ao governo, cuja importância para a manutenção dessa prática é frequentemente ignorada.

Um aspecto que chama atenção durante a gestão de Bolsonaro é a utilização de estratégias de comunicação até então não muito utilizadas pelos chefes de Estado brasileiros. Ao longo de seu mandato, Bolsonaro realizou semanalmente, às quintas-feiras à noite, uma live na rede social digital Facebook em que recebia membros do governo e comentava os assuntos de seu interesse (MORAES; SILVA, 2021). Além disso, costumava receber apoiadores diariamente na frente do Palácio do Alvorada e

respondia a questionamentos deles e de membros da imprensa que ali se posicionavam, em uma área que passou a ser chamada de “cercadinho” (ABREU, 2022). Bolsonaro costumava utilizar o seu próprio perfil pessoal de Twitter para compartilhar seus pontos de vista, publicando posts agressivos eivados de discurso de ódio (BARBOSA; MACHADO; RESENDE MIRANDA, 2022) e que eram fartos em desinformação (SEIBT; DANNENBERG, 2021). Mesmo seu relacionamento com a imprensa tradicional foi atípico, uma vez que evitava dar entrevistas exclusivas para a emissora nacional de maior audiência a TV Globo e preferia conceder entrevistas a emissoras apoiadoras como a RecordTV (MUNDIM et al., 2022) e a apresentadores populares como Ratinho (SBT) e José Luiz Datena (Band) (STYCER, 2019).

Nota-se que esse modo de proceder do então presidente em relação à comunicação que desempenhava foi distinto dos padrões anteriores e pode ser um objeto para que se compreenda o caráter populista do seu governo. Mesmo considerando as pesquisas já desenvolvidas sobre o caráter populista de Bolsonaro, ainda se faz necessário, no entanto, compreender de que maneira as estratégias de comunicação adotadas por Bolsonaro podem ser compreendidas pela diversidade de concepções (por vezes antagônicas) que é inerente ao campo dos estudos de populismo. Para contribuir com um arcabouço teórico aprofundado às pesquisas que vêm se desenvolvendo sobre esse fenômeno no Brasil, esse artigo se propõe a responder ao seguinte problema de pesquisa: de que maneira cada concepção de populismo pode fornecer esquemas teóricos e metodológicos apropriados para o estudo da comunicação pública de Bolsonaro?

O artigo está estruturado da seguinte forma: cada uma das seções irá apresentar um breve resumo bibliográfico da concepção teórico de populismo defendido por cada corrente, seguido de uma discussão sobre a pertinência daquela corrente para o estudo de práticas comunicacionais de Bolsonaro, por meio do exemplo de pesquisas que já se debruçam sobre esse fenômeno. Por fim, serão apresentadas considerações sobre a continuidade dos estudos sobre populismo no caso brasileiro.

## 2. Populismo como ideologia

A primeira abordagem a ser considerada é a que compreende populismo como ideologia, que é a mais amplamente usada nos estudos internacionais sobre populismo (MOFFITT, 2020). O populismo é visto por essa vertente como mais um representante de outras ideologias com ismo que são bem mais conhecidas, do liberalismo ao socialismo.

A definição de populismo mais popular nessa corrente expõe que o populismo é “uma ideologia esvaziada que considera que a sociedade é, em última instância, dividida em dois campos homogêneos e antagonistas: "o povo puro" versus "a elite corrupta". Essa ideologia argumenta que a política deve ser uma expressão da vontade geral do povo” (MUDDE, 2004, p. 543). É a mesma concepção de Müller que considera que populismo é “uma forma de perceber o mundo político que estabelece um povo moralmente puro e completamente unificado - em última análise, fictício - contra elites que são consideradas corruptas ou moralmente inferiores de alguma outra maneira” (MÜLLER, 2016, p. 19).

Em resumo, as características centrais da ideologia populista são a relação antagônica entre o povo e a elite, a tentativa de retomar a soberania do povo e a ideia de que o povo é unidade homogênea e que, em razão disso, pode ter sua vontade fielmente captada e representada pelo populista (ABTS; RUMMENS, 2007).

A ideia sempre presente é de que o populismo é uma ideologia que está sempre acompanhada de outras ideologias. É importante compreender que essa concepção de ideologia como esvaziada está baseada numa divisão proposta por Freedman (2003) entre *thin-centered* e *thick-centered* ideologias, ou, em uma tradução livre, ideologias esvaziadas e ideologias fortes. O primeiro grupo compreende aquelas que operam com um conjunto pequeno de conceitos políticos e por isso têm limitações para descrever os contextos do mundo, enquanto as ideologias fortes são aquelas que oferecem um amplo conjunto de maneiras de se compreender as grandes questões sócio-políticas.

Se o populismo for considerado uma ideologia esvaziada, o que consta da definição já expressa de Mudde mas também foi reiterado por Fieschi (2004) e Stanley (2008), será possível analisar como ele coexiste com outras ideologias dos atores políticos. O populismo nunca aparece isolado, mas sempre atrelado a outras ideologias daquele ator político. Isso levou a críticas de diversos autores, como Aslanidis

(2016) e Freeden (2017), que apontaram que o populismo é tão leve que não pode sequer ser caracterizado como *thin*, por não ter coesão interna e não ter sequer o potencial de vir a ser uma ideologia forte, como seriam a ecologia e o feminismo.

Ao refletirmos sobre a comunicação de Bolsonaro, a perspectiva do populismo como ideologia tenderá a compreender quais outras ideologias estavam presentes nas transmissões ou nos posts do então presidente. Isso implica um foco na extrema-direita e nos valores típicos dessa ideologia que foram adotados pelo populista, como o conservadorismo (ALMEIDA, 2019).

Pesquisas que já se debruçaram sobre as lives conduzidas pelo então presidente já demonstraram que algumas características que são típicas do populismo foram encontradas nessa forma de comunicação. É o caso de Monari, Santos e Sacramento (2020), que apontaram três temas centrais do presidente ao abordar a Covid-19 em suas transmissões: o questionamento à demora em se obter um consenso científico, a supervalorização de experiências pessoais e a ênfase na liberdade de escolha dos indivíduos, todos intrinsecamente ligados à ideologia populista.

Para os autores, Bolsonaro somente se referia ao conhecimento científico quando lhe era útil para corroborar suas visões preexistentes, uma vez que instituições como a ciência poderiam esconder o conhecimento correto que só viria por meio da religião. Além disso, a liberdade de escolha reiterada pelo presidente nas lives busca sedimentar o público conservador por meio da menção a valores que são caros à democracia contemporânea, como a autonomia e a liberdade individual. As lives foram o espaço em que Bolsonaro ridicularizou especialistas e jornalistas que buscaram agir com cautela no contexto da Covid19, os categorizando como membros de uma elite que não estaria verdadeiramente preocupada com o povo, como salienta a divisão maniqueísta (MONARI; SANTOS; SACRAMENTO, 2020)

Outro aspecto essencial da visão de populismo como estratégia é sua concepção binária: ou um ator é populista ou não é (MOFFITT, 2020). Isso tem implicações para a análise da comunicação de Bolsonaro, uma vez que os problemas de pesquisa buscarão antes de tudo verificar se Bolsonaro se enquadra ou não na ideologia populista. Uma vez realizada essa classificação, não há espaço para nuances nessa visão do populismo. A partir desse olhar, a comunicação efetuada por Bolsonaro será utilizada para que o pesquisador possa indicar se Bolsonaro realmente se encaixa na ideologia

populista: os atos de comunicação não importarão em si, mas como indicadores de atributos que ligam o ex-presidente ao populismo.

Estudos ligados a essa corrente ideológica cunharam o termo ‘populismo científico’ para se referir ao conjunto de ideias que cria um antagonismo entre pessoas comuns (supostamente) virtuosas e uma elite acadêmica (supostamente) não virtuosa, e que esse antagonismo se deve ao fato de a elite reivindicar ilegitimamente para si a expressão da verdade e a soberania quanto às decisões do campo (MEDE; SCHÄFER, 2020). A vantagem defendida pelos autores é de que essa concepção se aplica tanto aos líderes quanto aos apoiadores que compartilham desse mesmo ideário e pode ser útil para estudar aspectos importantes da gestão presidencial passada, como a relação de Bolsonaro com a pandemia do coronavírus.

Smith (2020) acrescenta que Bolsonaro tratou a pandemia não como uma crise sanitária, mas sim como uma crise de relações públicas, na qual era importante que ele promovesse uma narrativa alternativa que fosse acolhida pela população, encorajando que os desejos e afetos dos eleitores transformassem os julgamentos sobre fatos em uma questão subjetiva.

### 3. Populismo como estratégia

Uma outra concepção de populismo não o enxerga como ideologia, mas como estratégia. Para esse grupo de autores, o populismo não é algo que pertence aos indivíduos, mas um modo de prática política (JANSEN, 2011). Não há um interesse nas crenças (que representariam o aspecto ideológico), tampouco nas falas (que se conectariam com o discurso), mas sim com os meios pelos quais os atores políticos participam do governo e tomam as decisões autoritárias (WEYLAND, 2017). A definição que representa essa corrente é a de que populismo é a “estratégia política por meio da qual um líder personalista busca ou exerce o poder governamental com base em apoio direto, não mediado e não institucionalizado de grandes números de seguidores, na maioria das vezes não organizados” (WEYLAND, 2001, p. 14).

Nessa concepção, é essencial o papel do líder, porque é ele que recorrerá à estratégia populista para exercer o poder político (WEYLAND, 2017). Para que o líder possa atingir a população de maneira ampla, a estratégia populista o leva a recorrer

a meios de comunicação com pouca ou nenhuma mediação, de maneira que possam ter um contato direto com o público. A intenção é demonstrar o contato com o público, por todos fazerem parte do conjunto ‘povo’, ainda que o fluxo comunicacional sempre parta do líder em direção ao público que consome (WAISBORD; AMADO, 2017).

Considerando todos os aspectos que são inerentes a esse estudo do populismo como ideologia, a análise da comunicação de Bolsonaro deveria focar nesse estilo de comunicação não-mediada que Bolsonaro costumou usar. Nesse ponto, o ‘cercadinho’ do palácio do Alvorada, em que Bolsonaro respondia diretamente seus apoiadores e demonstrava a eles seu despreço pelos repórteres, é parte dessa estratégia (ABREU, 2022).

Dentre as críticas apontadas a essa corrente, está o fato de que suas análises sempre estiveram voltadas ao populismo latino-americano em suas diversas ondas: o populismo clássico de Perón e Cárdenas, o neopopulismo de Menen e Fujimori ou a onda rosa de Chávez e Morales (CROUCH, 2019). No entanto, a percepção de que o populismo é uma estratégia de um líder para exercer poder abre pouco espaço para o estudo de movimentos ou partidos populistas, que são mais recorrentes na Europa, por exemplo (MOFFITT, 2020).

Em razão dessa particularidade da concepção, os estudos de comunicação de Bolsonaro que se atêm a esse ramo privilegiarão estudar sempre a estratégia adotada pelo líder, no caso, Bolsonaro, para se manter no poder. No campo das redes sociais digitais, essa abordagem tenderá a focar mais na utilização do perfil pelo mandatário, sem se importar tanto com os outros perfis que compõem a rede do movimento que convencionou-se chamar de bolsonarismo e que tiveram ampla relevância nesse ambiente digital (CESARINO, 2019).

O fato de o então presidente solicitar a seus apoiadores que deixem de assistir ao noticiário tradicional e se informem apenas por meio das suas lives consolida a estratégia pretendida pelo então presidente, que optou por um espaço em que não houvesse a intermediação de um profissional do jornalismo ou o contraponto de um adversário (MONARI; SANTOS; SACRAMENTO, 2020). Isso porque entrevistas tradicionais pressupõem que haja uma interação entre o político e um jornalista que atua enquanto porta-voz do público, o que não interessa ao líder (CURCINO, 2019).



No ambiente digital, Curcino (2019) demonstrou que o representante populista se vale do simulacro de intimidade e espontaneidade com que a população já está acostumada pelo uso das redes sociais para passar sua mensagem, se valendo de recursos que lembram o amadorismo, como imagens desfocadas, movimentos de câmera bruscos, oscilações no volume do áudio e falsos começos do vídeo. Essa estética, em conjunto com um discurso assertivo que abusa de mensagens enfáticas e estereotipadas contribui para construir a imagem de Bolsonaro como um ‘homem do povo’, que teria coragem, força e ousadia para se opor à elite. Carreon e Baronas (2020) complementam que as lives operam em um contexto de duplo esquecimento, uma vez que o cidadão esquece que nesse tipo de comunicação pode sim haver intermediários e que a proximidade é apenas um efeito pretendido.

Esse tipo de comunicação adotada por Bolsonaro, contudo, foge da discussão de problemas públicos e se dedica a debater episódios isolados de maneira sensacionalista e conservadora, o que compromete a discussão pública. Curcino (2019) ainda aponta que todos esses elementos que compõem as lives facilitam a reprodução desse conteúdo em outras plataformas, o que leva a serem disseminados vídeos de curta duração no WhatsApp e Twitter, o que já foi apontado também como efeito de ampliação (CARREON, BARONAS, 2020).

#### 4. Populismo como discurso

A outra possibilidade se conceber o populismo é aquela que o enxerga como discurso, em decorrência principalmente dos trabalhos de Laclau (2013), e o compreende como um tipo de linguagem que é utilizada para estruturar uma política específica, ainda que haja diferenças entre os autores. Stavrakakis and Katsambekis (2014) consideram, em uma perspectiva pós-estruturalista, que o discurso populista é uma maneira de se construir identidades na disputa pelo poder. Já Aslanidis (2016), por sua vez, considera que o populismo é um enquadramento discursivo, enquanto Bonikowski e Gidron entendem o populismo como a articulação de reivindicações (2016).

No conceito primordial de Laclau (2013), a própria construção do povo e da elite já é a essência do populismo, de modo que as pesquisas da área buscam compreender como os agentes políticos constroem a noção de povo. Isso demonstra como os

pesquisadores da área entendem que não há objetos pré-constituídos e que é exatamente por meio da fala desses sujeitos que o populismo e seus elementos serão constituídos.

É nessa concepção que se encontram aqueles pesquisadores que enxergam aspectos positivos no populismo, o entendendo inclusive como resistência política (MENDONÇA, 2019) ou cura para as falhas das democracias atuais (MOUFFE, 2018). Pesquisas sobre o governo Bolsonaro que se adequam a essa corrente até mesmo já rejeitaram a consideração do ex-presidente como populista porque seu discurso não estaria conectado com os reais anseios da população e só poderia ser assim classificado se fosse adotada uma visão pejorativa do conceito (PARZIANELLO, 2020).

Como essa abordagem enxerga o aspecto performativo do populismo e não o entende como uma característica, mas sim como uma construção discursiva que pode ser utilizada em determinada intensidade, a análise pode distinguir gradações nos agentes populistas, sem se limitar a uma definição binária de se um ator é populista ou não (MOFFITT, 2020).

A crítica que é dirigida a essa corrente é a de que essa abordagem é extremamente abstrata e que não fornece elementos propícios para a análise de episódios populistas nos sistemas políticos contemporâneos (MUDDE; ROVIRA KALTWASSER, 2012). No entanto, autores dessa corrente buscaram apresentar esquemas mais práticos para a análise do conteúdo como Aslanidis (2016) que busca utilizar a consagrada noção de enquadramento para que o discurso populista seja analisado a partir dos frames que os populistas mobilizam para dialogar com a população.

Nessa perspectiva, as lives de Bolsonaro são um amplo espaço para que pesquisadores avaliem os enquadramentos dos assuntos recorrentes na semana feitos pelo presidente. Isso renderia uma boa comparação com os enquadramentos adotados pela cobertura jornalística do período, porque tornaria evidente de que maneira Bolsonaro optou por tornar saliente certos aspectos dos assuntos debatidos que estão em consonância com características populistas.

Pesquisa conduzida por Carreon e Barronas (2020) apontou que as lives contribuíram para projeção de um discurso de cumplicidade entre o populista e a população, uma vez que o eleitor tenderia a identificar ali um político disposto e capaz de se manifestar livremente, e se sentiria diretamente contemplado ao poder interagir por

meio de comentários e curtidas. Nas lives, o discurso populista é construído por meio da apresentação do líder como detentor da verdade, em oposição à mídia mentirosa, por meio de recursos que incluem: (i) mostrar-se como alvo de mentiras e como o único sujeito que realmente diz a verdade; (ii) apresentar dados e estatísticas para amparar essa verdade; (iii) demonstrar que tem relações íntimas com outras figuras públicas, indo além de uma relação profissional; e (iv) reiterar que a nação tem um inimigo comum, que é a esquerda.

Carreon e Barronas (2020) sugerem que o populismo como discurso surge também quando o presidente utiliza camiseta ao lado de interlocutores de terno (o que criaria a sensação de simplicidade) e deslegitima a oposição (“o outro”) para reforçar seu posicionamento de único representante do “povo” e o caráter missionário de suas ações. Kissas (2020) também apontou como o populismo enquanto discurso performativo tanto incorpora a missão política de salvar o “povo” de seus inimigos quanto constrói a missão de representar o “povo” nas relações de poder.

## 5. Populismo como comunicação

Além das três concepções apresentadas anteriormente, destaca-se também uma concepção mais recente que busca compreender o populismo como comunicação, sem que esse seja apenas um aspecto de um estudo mais amplo sobre o fenômeno (DE VREESE et al., 2018). O objeto de estudo para essa vertente é a mensagem populista como fenômeno independente, o que abrange tanto o seu conteúdo (como as características que são associadas ao populismo tais como o antielitismo e a conexão com o povo) quanto sua forma (o estilo de apresentação das ideias populistas e os recursos utilizados). Isso permite que se investigue de maneira específica se o estilo ou a mensagem populista foram mais frequentes em determinados eventos (BOS; BRANTS, 2014).

Para essa concepção, o populismo está presente enquanto característica de comunicação política, e não como atributo do ator político (o que era um componente da visão ideológica). Nessa corrente, importa tanto analisar o quê quanto como as mensagens são transmitidas para se entender o fenômeno (BLASSNIG et al., 2018).

A concepção que enxerga o populismo como comunicação compreende que ela pode ser utilizada para o estudo dos cidadãos, dos atores políticos tradicionais e, em especial, da mídia, aí incluindo meios de comunicação e plataformas digitais. Com isso, seria possível diferenciar o populismo da mídia (em que os veículos se assumem como defensores do povo em oposição a uma elite negligente) e aquele por meio da mídia, no qual os veículos disseminam as ideias populistas de atores políticos determinados (ESSER; STEPIŃSKA; HOPMANN, 2017), o que pode ocorrer de maneira proposital ou não (WETTSTEIN et al., 2018).

A perspectiva de populismo como comunicação pretende que as redes sociais não sejam examinadas sem contexto e apenas de maneira descritiva. O fenômeno opera em um contexto mais amplo, que precisa levar em conta os desejos dos usuários, as peculiaridades de cada plataforma e seu uso por cada ator político (DE VRESE et al., 2018). As redes sociais deram visibilidade para celebridades (o que é vantajoso para um líder populista se destacar), ao mesmo tempo em que facilitaram a criação de grupos com interesses em comum e que passam a estar cada vez mais conectados, facilitando o processo de captação liderado por populistas (GERBAUDO, 2018).

Na lógica de populismo como comunicação, é promissor o conceito de estrutura online de oportunidade (ENGESSER; FAWZI; LARSSON, 2017), que indica como as redes sociais são um espaço propício para comunicar populismo tanto sob aspecto da forma (com destaque para a economia da atenção e a homofilia de temas a que cada usuário está restrito), quanto do conteúdo (mensagens que favorecem conexão pessoal e direta com a audiência). Utilizando esse arcabouço explicativo para a comunicação de Bolsonaro, seria possível compreender como o presidente desde a campanha reforçou temas que já eram de interesse do público e insistiu neles sistematicamente. Uma análise dos temas abordados nas lives pode esclarecer com que frequência apareceram os temas e verificar se essa homofilia de assuntos típica das redes foi utilizada na comunicação do presidente.

As redes sociais já foram caracterizadas como típicas para o fortalecimento de populistas de extrema-direita porque permitem confrontos e ataques diretos seletivos, uma vez que líder e seguidores podem escolher apenas as disputas que lhes interessa participar (KRÄMER, 2017). Como também encontrado por Baldwin-Philippi (2019), a

interatividade controlada, o uso de técnicas de produção amadoras, o incentivo ao conteúdo gerado pelo usuário e a amplitude de dados disponíveis foram essenciais para que os populistas se utilizassem dessas plataformas.

Ainda sob o viés do populismo como comunicação, a análise da comunicação de Bolsonaro pode se valer da divisão tripartite apresentada por Wettstein et al (2018) quanto ao papel dos meios de comunicação: *gatekeepers* (quando abrem espaço para que o discurso populista apareça no debate público), intérpretes (quando avaliam positiva ou negativamente atitudes populistas) e iniciadores (quando apresentam demandas populares que seriam opostas àquelas desejadas pela elite). No caso de Bolsonaro, uma análise de comunicação poderia compreender quais foram os momentos em que determinadas mídias agiram conforme cada um desses três papéis. Em reação a uma *live* do presidente, os jornais apenas abriram espaço para sua mera divulgação ou incluíram críticas ao seus comportamentos anticientíficos?

Há críticas, contudo, ao enquadramento das mídias sociais como plataforma típica dos populistas (POSTILL, 2018), tendo em vista que mesmo políticos tradicionais se utilizam desse canal, além de que as redes sociais digitais fazem parte de sistemas midiáticos mais amplos e híbridos (CHADWICK, 2017), de maneira que a ausência de repercussão deste conteúdo em meios tradicionais e em espaços offline retiraria o impacto dessas redes para o populismo.

## 6. Considerações finais

Este artigo apresentou uma revisão sistemática da literatura sobre populismo a fim de indicar direções de pesquisa da comunicação pública praticada sob líderes populistas, em particular o ex-presidente brasileiro Jair Bolsonaro, que se notabilizou por explorar formas específicas de interlocução midiática com seus apoiadores que, apesar de já serem estudadas com resultados importantes, permanecem como espaço aberto a questões de pesquisa pertinentes. A revisão cobriu como variados paradigmas teóricos podem ser relacionados à comunicação bolsonarista, abrangendo populismo como ideologia; estratégia; discurso; e fenômeno de comunicação.

Apesar de o populismo ter sido investigado por extensa literatura, a comunicação praticada por líderes populistas, especialmente na última década, ainda se mostra

como campo fértil de investigação. A pandemia de Covid-19 contribuiu para ampliar a relevância de tal agenda de pesquisa, já que a comunicação populista foi ainda usada para perturbar a percepção pública da importância das medidas sanitárias no período.

Além disso, em parte por causa do advento das redes sociais, o campo atravessa transformações rápidas, que tendem a conferir aparências diversas ao objeto de estudo. Mas a velocidade das mudanças não deveria iludir o observador atento ao fato de que estamos diante de um mesmo fenômeno, e identificar suas características centrais deveria ser objetivo prioritário da pesquisa em comunicação. Inclusive para que comunicadores públicos comprometidos com a não repetição dos estratagemas dos líderes populistas, nos governos democráticos que os sucedam, saibam como reformar práticas, padrões e critérios de operação de suas ações midiáticas e de relacionamento com os diversos públicos de interesse, em benefício do aprofundamento democrático.

## Agradecimentos

O primeiro autor agradece à Fapesp pela bolsa de pós-doutorado concedida (Processo 2022/03814-8). As opiniões, hipóteses e conclusões ou recomendações expressas neste material são de responsabilidade dos autores e não necessariamente refletem a visão da Fapesp.

O segundo autor agradece à Fapesp pelo auxílio à pesquisa concedido (Processo 2021/07344-3), à Capes (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior, Código de Financiamento 001, Processo nº 88887.371422 / 2019-00, Programa Probral, pelo apoio, e ao CNPq (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico, Processo 308530/2022-5), pela Bolsa de Produtividade em Pesquisa.

## Referências

ABREU, Tatiana Oliveira De. Cercadinho do Alvorada: uma ameaça ao ethos do jornalista e à liberdade de imprensa. **MIGUEL**, v. 6, n. 6, 2022. DOI: 10.17771/PUCRio.MIGUEL.59455.

ABTS, Koen; RUMMENS, Stefan. Populism versus Democracy. **Political Studies**, v. 55, n. 2, p. 405–424, 2007. DOI: 10.1111/j.1467-9248.2007.00657.x.

AGGIO, Camilo De Oliveira; CASTRO, Filipe. Meu partido é o povo”: Uma proposta teórico-metodológica para o estudo do populismo como fórmula de comunicação política seguida de estudo de caso do perfil de Jair Bolsonaro no Twitter. **Comunicação & Sociedade**, v. 42, n. 2, p. 429–465, 2020. DOI: 10.15603/2175-7755/cs.v42n2p429-465.

ALBERTAZZI, Daniele; MCDONNELL, Duncan. **Twenty-First Century Populism: The Spectre of Western European Democracy**. London: Palgrave Macmillan, 2008.

- ALBUQUERQUE, Afonso De. Populismo, Elitismo e Democracia. **Mediapolis – Revista de Comunicação, Jornalismo e Espaço Público**, n. 12, p. 17–31, 2021. DOI: 10.14195/2183-6019\_12\_1.
- ALMEIDA, Ronaldo De. Bolsonaro presidente: conservadorismo, evangelismo e a crise brasileira. **Novos Estudos - CEBRAP**, v. 38, n. 1, 2019. DOI: <https://doi.org/10.25091/S01013300201900010010>.
- ASLANIDIS, Paris. Is Populism an Ideology? A Refutation and a New Perspective. **Political Studies**, v. 64, n. 1\_suppl, p. 88–104, 2016. DOI: 10.1111/1467-9248.12224.
- BALDWIN-PHILIPPI, Jessica. The technological performance of populism. **New Media & Society**, v. 21, n. 2, p. 376–397, 2019. DOI: 10.1177/1461444818797591.
- BAPTISTA, Érica Anita; HAUBER, Gabriela; ORLANDINI, Maiara. Despolitização e populismo. **Media & Jornalismo**, v. 22, n. 40, p. 105–119, 2022. DOI: 10.14195/2183-5462\_40\_5.
- BARBOSA, Laíse Milena; MACHADO, Daiani Martins; RESENDE MIRANDA, João Irineu De. Presidência virtual: uma análise do discurso político de Jair Bolsonaro no twitter. **Perspectivas Contemporâneas**, v. 17, p. 1–20, 2022. DOI: 10.54372/pc.2022.v17.3365.
- BLASSNIG, Sina; ERNST, Nicole; BÜCHEL, Florin; ENGESSER, Sven. Populist communication in talk shows and social media. A comparative content analysis in four countries. **Studies in Communication | Media**, v. 7, n. 3, p. 338–363, 2018. DOI: 10.5771/2192-4007-2018-3-338.
- BONIKOWSKI, Bart; GIDRON, Noam. The Populist Style in American Politics: Presidential Campaign Discourse, 1952–1996. **Social Forces**, v. 94, n. 4, p. 1593–1621, 2016. DOI: 10.1093/sf/sov120.
- BOS, Linda; BRANTS, Kees. Populist rhetoric in politics and media: A longitudinal study of the Netherlands. **European Journal of Communication**, v. 29, n. 6, p. 703–719, 2014. DOI: 10.1177/0267323114545709.
- BROWN, Katy; MONDON, Aurelien. Populism, the media, and the mainstreaming of the far right: The Guardian 's coverage of populism as a case study. **Politics**, v. 41, n. 3, p. 279–295, 2021. DOI: 10.1177/0263395720955036.
- CARREON, Renata de Oliveira; BARONAS, Roberto Leiser. Lives presidenciais: reflexões iniciais sobre o discurso político digital. **Revista da ABRALIN**, v. 19, n. 3, p. 1, 2020. DOI: 10.25189/rabralin.v19i3.1731.
- CASSIMIRO, Paulo Henrique Paschoeto. Os usos do conceito de populismo no debate contemporâneo e suas implicações sobre a interpretação da democracia. **Revista Brasileira de Ciência Política**, n. 35, 2021. DOI: 10.1590/0103-3352.2021.35.242084.
- CESARINO, Leticia. Identidade e representação no bolsonarismo. **Revista de Antropologia**, v. 62, n. 3, p. 530–557, 2019. DOI: 10.11606/2179-0892.ra.2019.165232.
- CHADWICK, Andrew. **The Hybrid Media System**. Oxford: Oxford University Press, 2017.
- CROUCH, Colin. 10. Post-Democracy and Populism. **The Political Quarterly**, v. 90, p. 124–137, 2019. DOI: 10.1111/1467-923X.12575.
- CURCINO, Luzmara. “Conhecereis a Verdade e a Verdade vos libertará”: livros na eleição presidencial de Bolsonaro. **Discurso & Sociedad**, v. 13, n. 3, p. 468–494, 2019.
- DE VREESE, Claes H.; ESSER, Frank; AALBERG, Toril; REINEMANN, Carsten; STANYER, James. Populism as an Expression of Political Communication Content and Style: A New Perspective. **The International Journal of Press/Politics**, v. 23, n. 4, p. 423–438, 2018. DOI: 10.1177/1940161218790035.

ENGESSER, Sven; FAWZI, Nayla; LARSSON, Anders Olof. Populist online communication: introduction to the special issue. **Information, Communication & Society**, v. 20, n. 9, p. 1279–1292, 2017. DOI: 10.1080/1369118X.2017.1328525.

ERNST, Nicole; ESSER, Frank; BLASSNIG, Sina; ENGESSER, Sven. Favorable Opportunity Structures for Populist Communication: Comparing Different Types of Politicians and Issues in Social Media, Television and the Press. **The International Journal of Press/Politics**, v. 24, n. 2, p. 165–188, 2019. DOI: 10.1177/1940161218819430.

ESSER, Frank; STEPIŃSKA, Agnieszka; HOPMANN, David. Populism and the Media: Cross-National Findings and Perspectives. In: AALBERG, Toril; ESSER, Frank; REINEMANN, Carsten; STRÖMBÄCK, Jesper; DE VREESE, Claes H. (org.). **Populist Political Communication in Europe**. New York: Routledge, 2017.

FIESCHI, Catherine. Introduction. **Journal of Political Ideologies**, v. 9, n. 3, p. 235–240, 2004. DOI: 10.1080/1356931042000263492.

FREEDEN, Michael. **Ideology: A Very Short Introduction**. Oxford: Oxford University Press, 2003.

FREEDEN, Michael. After the Brexit referendum: revisiting populism as an ideology. **Journal of Political Ideologies**, v. 22, n. 1, p. 1–11, 2017. DOI: 10.1080/13569317.2016.1260813.

GERBAUDO, Paolo. Social media and populism: an elective affinity? **Media, Culture & Society**, v. 40, n. 5, p. 745–753, 2018. DOI: 10.1177/0163443718772192.

HAWKINS, Kirk A.; ROVIRA KALTWASSER, Cristóbal. The Ideational Approach to Populism. **Latin American Research Review**, v. 52, n. 4, p. 513–528, 2022. DOI: 10.25222/larr.85.

JANSEN, Robert S. Populist Mobilization: A New Theoretical Approach to Populism. **Sociological Theory**, v. 29, n. 2, p. 75–96, 2011. DOI: 10.1111/j.1467-9558.2011.01388.x.

KISSAS, Angelos. Performative and ideological populism: The case of charismatic leaders on Twitter. **Discourse & Society**, v. 31, n. 3, p. 268–284, 2020. DOI: 10.1177/0957926519889127.

KRÄMER, Benjamin. Populist online practices: the function of the Internet in right-wing populism. **Information, Communication & Society**, v. 20, n. 9, p. 1293–1309, 2017. DOI: 10.1080/1369118X.2017.1328520.

LACLAU, Ernesto. **A Razão populista**. Rio de Janeiro: Eduerj, 2013.

LUIZ, Thiago Cury. Populismo e desinformação no contexto da Covid-19. **Mediapolis – Revista de Comunicação, Jornalismo e Espaço Público**, n. 11, p. 57–70, 2020. DOI: 10.14195/2183-6019\_11\_4.

LYNCH, Christian; CASSIMIRO, Paulo Henrique Paschoeto. O populismo reacionário no poder: uma radiografia ideológica da presidência Bolsonaro (2018-2021). **Aisthesis Revista Chilena de Investigações Estéticas**, n. 70, p. 223–249, 2021. DOI: 10.7764/Aisth.70.10.

LYNCH, Christian; CASSIMIRO, Paulo Henrique Paschoeto. **O populismo reacionário: ascensão e legado do bolsonarismo**. São Paulo: Contracorrente, 2022.

MEDE, Niels G.; SCHÄFER, Mike S. Science-related populism: Conceptualizing populist demands toward science. **Public Understanding of Science**, v. 29, n. 5, p. 473–491, 2020. DOI: 10.1177/0963662520924259.

MENDONÇA, Daniel De. DEMOCRATAS TÊM MEDO DO POVO? O populismo como resistência política. **Caderno CRH**, v. 32, n. 85, p. 185, 2019. DOI: 10.9771/ccrh.v32i85.22403.

MOFFITT, Benjamin. **Populism: key concepts in political theory**. Cambridge: Polity Press, 2020.



MONARI, Ana Carolina Pontalti; SANTOS, Allan; SACRAMENTO, Igor. COVID-19 and (hydroxy)chloroquine: a dispute over scientific truth during Bolsonaro's weekly Facebook live streams. **Journal of Science Communication**, v. 19, n. 07, p. A03, 2020. DOI: 10.22323/2.19070203.

MORAES, Alexandre Santos De; SILVA, Daniel Pinha. A pandemia nas lives semanais: o uso de atenuadores na retórica anticrise de Jair Bolsonaro. **Topoi (Rio de Janeiro)**, v. 22, n. 48, p. 740–762, 2021. DOI: 10.1590/2237-101x02204806.

MOUFFE, Chantal. **For a Left Populism**. London: Verso, 2018.

MUDDE, Cas. The Populist Zeitgeist. **Government and Opposition**, v. 39, n. 4, p. 541–563, 2004. DOI: 10.1111/j.1477-7053.2004.00135.x.

MUDDE, Cas. **Populist Radical Right Parties in Europe**. Cambridge: Cambridge University Press, 2007.

MUDDE, Cas; ROVIRA KALTWASSER, Cristóbal. Populism and (liberal) democracy: A framework for analysis. In: MUDDE, Cas; ROVIRA KALTWASSER, Cristóbal (org.). **Populism in Europe and the Americas: Threat or Corrective for Democracy?** Cambridge: Cambridge University Press, 2012.

MUDDE, Cas; ROVIRA KALTWASSER, Cristóbal. **Populism: A Very Short Introduction**. Oxford: Oxford University Press, 2017.

MÜLLER, Jan-Werner. **What is populism?** Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 2016.

MUNDIM, Pedro Santos; GRAMACHO, Wladimir; TURGEON, Mathieu; STABILE, Max. Viés noticioso e exposição seletiva nos telejornais brasileiros durante a pandemia de COVID-19. **Opinião Pública**, v. 28, n. 3, p. 615–634, 2022. DOI: 10.1590/1807-01912022283615.

OSTIGUY, Pierre. Populism: A socio-cultural approach. In: ROVIRA KALTWASSER, Cristóbal; TAGGART, Paul; ESPEJO, Paulina Ochoa; OSTIGUY, Pierre (org.). **The Oxford Handbook of Populism**. Oxford: Oxford University Press, 2017.

PARZIANELLO, Geder Luis. O governo Bolsonaro e o populismo contemporâneo: um antagonismo em tela e as contradições de suas proximidades. **Aurora. Revista de Arte, Mídia e Política**, v. 12, n. 36, p. 49–64, 2020. DOI: 10.23925/v12n36\_dossie3.

PENTEADO, Claudio Luis de Camargo; GOYA, Denise Hideko; DOS SANTOS, Patrícia Dias; JARDIM, Luiza. Populismo, desinformação e Covid-19. **Media & Jornalismo**, v. 22, n. 40, p. 239–260, 2022. DOI: 10.14195/2183-5462\_40\_12.

POSTILL, John. Populism and social media: a global perspective. **Media, Culture & Society**, v. 40, n. 5, p. 754–765, 2018. DOI: 10.1177/0163443718772186.

RICCI, Paolo; IZUMI, Mauricio; MOREIRA, Davi. O POPULISMO NO BRASIL (1985-2019) Um velho conceito a partir de uma nova abordagem. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 36, n. 107, 2021. DOI: 10.1590/3610707/2021.

ROBERTS, Kenneth M. Social Correlates of Party System Demise and Populist Resurgence in Venezuela. **Latin American Politics and Society**, v. 45, n. 03, p. 35–57, 2003. DOI: 10.1111/j.1548-2456.2003.tb00249.x.

ROODUIJN, Matthijs. The Nucleus of Populism: In Search of the Lowest Common Denominator. **Government and Opposition**, v. 49, n. 4, p. 573–599, 2014. DOI: 10.1017/gov.2013.30.

ROODUIJN, Matthijs. State of the field: How to study populism and adjacent topics? A plea for both more and less focus. **European Journal of Political Research**, v. 58, n. 1, p. 362–372, 2019. DOI: 10.1111/1475-6765.12314.

SEIBT, Taís; DANNENBERG, Murilo. Pandemia, desinformação e discurso autoritário: os sentidos das declarações de Jair Bolsonaro no Twitter a partir de checagens do Aos Fatos. **Liinc em Revista**, v. 17, n. 1, p. e5687, 2021. DOI: 10.18617/liinc.v17i1.5687.

SMITH, Amy Erica. Covid vs. Democracy: Brazil's Populist Playbook. **Journal of Democracy**, v. 31, n. 4, p. 76–90, 2020. DOI: 10.1353/jod.2020.0057.

STANLEY, Ben. The thin ideology of populism. **Journal of Political Ideologies**, v. 13, n. 1, p. 95–110, 2008. DOI: 10.1080/13569310701822289.

STAVRAKAKIS, Yannis; KATSAMBEKIS, Giorgos. Left-wing populism in the European periphery: the case of SYRIZA. **Journal of Political Ideologies**, v. 19, n. 2, p. 119–142, 2014. DOI: 10.1080/13569317.2014.909266.

STYCER, Mauricio. Bolsonaro deu 13 entrevistas exclusivas à Record e nenhuma à Globo em 2019. **UOL**, 2019.

TAMAKI, Eduardo Ryo; FUKS, Mario. POPULISM IN BRAZIL'S 2018 GENERAL ELECTIONS: AN ANALYSIS OF BOLSONARO'S CAMPAIGN SPEECHES. **Lua Nova: Revista de Cultura e Política**, n. 109, p. 103–127, 2020. DOI: 10.1590/0102-103127/109.

VAZQUEZ, Daniel Arias; SCHLEGEL, Rogerio. Covid-19, Fundeb e o populismo do governo Bolsonaro nas relações federativas. **Revista Brasileira de Ciência Política**, n. 38, 2022. DOI: 10.1590/0103-3352.2022.38.255785.

WAISBORD, Silvio; AMADO, Adriana. Populist communication by digital means: presidential Twitter in Latin America. **Information, Communication & Society**, v. 20, n. 9, p. 1330–1346, 2017. DOI: 10.1080/1369118X.2017.1328521.

WETTSTEIN, Martin; ESSER, Frank; SCHULZ, Anne; WIRZ, Dominique S.; WIRTH, Werner. News Media as Gatekeepers, Critics, and Initiators of Populist Communication: How Journalists in Ten Countries Deal with the Populist Challenge. **The International Journal of Press/Politics**, v. 23, n. 4, p. 476–495, 2018. DOI: 10.1177/1940161218785979.

WEYLAND, Kurt. Clarifying a Contested Concept: Populism in the Study of Latin American Politics. **Comparative Politics**, v. 34, n. 1, p. 1, 2001. DOI: 10.2307/422412.

WEYLAND, Kurt. Populism: A Political-Strategic Approach. In: KALTWASSER, Cristóbal Rovira; TAGGART, Paul; ESPEJO, Paulina Ochoa; OSTIGUY, Pierre (org.). **The Oxford Handbook of Populism**. Oxford.

WODAK, Ruth. **The Politics of Fear: What Right-Wing Populist Discourses Mean**. London: SAGE, 2015.

ZULIANELLO, Mattia; ALBERTINI, Alessandro; CECCOBELLI, Diego. A Populist Zeitgeist? The Communication Strategies of Western and Latin American Political Leaders on Facebook. **The International Journal of Press/Politics**, v. 23, n. 4, p. 439–457, 2018. DOI: 10.1177/1940161218783836.