

**AUCIP – VI CONGRESO URUGUAYO DE CIENCIA POLITICA
MONTEVIDEO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES – UDELAR
9 – 12 JULIO/ 2019**

**A ASCENSÃO DO POPULISMO:
Comparações entre Brasil, Estados Unidos e Hungria**

Ana Julia Bonzanini Bernardi¹

Andressa Liegi Vieira Costa²

Resumo: Nas últimas eleições, figuras populistas de extrema direita foram eleitas em todo o mundo. Mesmo em uma democracia de longa data como os Estados Unidos, Donald Trump - um outsider político - surgiu a partir de um cenário de insatisfação geral e desconfiança em relação ao sistema político. Na Hungria, Victor Orbán, eleito para o terceiro mandato, afirma ser a favor de uma “democracia iliberal”, sendo já conhecido pelas políticas nacionalistas e xenofóbicas aplicadas no seu governo. No Brasil, em um cenário de grande polarização, Jair Bolsonaro foi eleito com a promessa de combater a corrupção, defender os valores tradicionais e libertar o Brasil da ameaça comunista. É sabido que as crises econômicas facilitam a concentração e o abuso de poder, uma vez que os cidadãos estão mais propensos a tolerar e apoiar medidas autoritárias. Figuras populistas defendem políticas antissistema, apresentando-se como a voz do povo contra a elite corrupta, negando a legitimidade dos partidos políticos. Construir a imagem de uma ameaça ou um inimigo aparece como uma característica comum para o país, seja o comunismo para os brasileiros, os imigrantes para os EUA, ou os refugiados para os húngaros. Sabidamente, nem todos os governos populistas são iguais, neste artigo procuramos investigar a opinião pública e a cultura política de cada população que elegeu os líderes populistas no Brasil, EUA e Hungria. Na primeira parte do artigo, discutimos o histórico político de cada país, bem como o perfil de seus governantes. Posteriormente, discutimos a opinião pública antes das eleições usando os dados de opinião pública, eleições e mídia em cada um dos países. Na terceira e última parte, fazemos comparações entre esses três países e a cultura política da população, a partir dos índices do V-Dem Institute (Varieties of Democracy), de 2019.

Palavras chaves: Populismo, cultura política, opinião pública, eleições

¹ Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Ciência Política na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Rio Grande do Sul – RS – Brasil. E-mail: anajuliabernardi@hotmail.com

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Ciência Política do Instituto de Ciências Sociais e Políticas da Universidade de Lisboa (ULisboa). E-mail: andressaliegi@hotmail.com.

**RISING POPULISM WORLDWIDE:
Comparisons between Brazil, United States and Hungary**

Abstract: In the latest elections many populists' figures and right-wing extremists got elected worldwide. Even in a long date democracy such as the United States, Donald Trump – a political outsider – arose from a scenario of general dissatisfaction and distrust regarding the political system. In Hungary, Victor Orbán, elected for the third term, claims to be in favor of a “illiberal democracy” is well known for the nationalists and xenophobic politics applied while in government. In Brazil, in a scenario of total polarization, Jair Bolsonaro got elected with the promise of fighting corruption, defending the “family values” and freeing Brazil from the communist threat. It is well known that crises facilitate the concentration and abuse of power, once citizens are more likely to tolerate and support authoritarian measures. Populist figures defend anti system policies, presenting themselves as the voice of people, against the corrupt elite, denying party's legitimacy. Building the image of a threat or an enemy as a common characteristic for the country of the country is another trace of these governments, being that the communism for Brazil, the immigrants to the USA and the refugees in Hungary. Knowingly not all populist governments are the same, in this paper we seek to investigate the public opinion and the political culture of each population that elected those populist leaders in Brazil, USA and Hungary. In the first part of the article we discuss the political background of each country as well as a profile of their government. In the second party, we discuss the public opinion before the elections using data from the pew research center, world value survey and Eurobarometer. In the third and final part, we draw comparisons between these three countries and the political culture of the population, through data from the V-Dem Institute (Varieties of Democracy) from 2019.

Keywords: Populism; political culture; public opinion; elections

1 INTRODUÇÃO

A eleição de candidatos que basearam suas campanhas e propostas em uma visão de governar para as pessoas reais e contra a elite no governo, vem sendo apontado como uma característica da “nova onda” de governos populistas. Contudo, algumas características destes governos vêm se mostrando claramente danosas para a democracia, principalmente no que tange o entendimento destes de quem são as “pessoas reais” e quais são as “elites do governo” (MÜLLER, 2018). Conforme apontado por Ziblatt (2018), a estabilidade das democracias tem se pautado muito pelo apoio das elites e partidos conservadores, que muitas vezes optaram por apoiar governos autoritários como uma forma de garantir benefícios econômicos (LEVITSKY, ZIBLATT, 2018). Nesse sentido, segundo Müller, o novo populismo precisa ser entendido mais como uma estratégia de esvaziamento da voz da oposição e uma radicalização de discurso autoritário e segregacionista (STANLEY, 2018) e menos como uma política contras as elites.

Nesse sentido, este artigo busca analisar o contexto no qual se elegeram governos populistas nos Estados Unidos, Hungria e Brasil, avaliando variáveis comportamentais, de cultura política e de opinião pública nestes países ressaltando traços comuns, tais como o desinteresse e baixa satisfação pela política, desconfiança generalizada e insatisfação com o governo e situação econômica e a percepção de polarização política. Visto que uma das características do populismo é a centralização da persona do líder, portanto este trabalho também dá ênfase ao comportamento dos eleitos em cada um dos países, nomeadamente Donald Trump (PR), Viktor Orbán (Fidesz) e Jair Bolsonaro (PSL), durante e após a campanha. Assim, avaliamos a narrativa do uso de discurso de um inimigo comum, a deslegitimação da oposição (muitas vezes colocada como o inimigo comum), a repressão da mídia o uso de redes sociais e fake news como instrumentos de comunicação com o eleitorado, e posteriormente com os cidadãos.

Para a realização desta pesquisa realizamos consulta a bancos de dados de opinião pública de cada uma das regiões, bem como revisão bibliográfica de literatura especializada. Após as análises realizadas, indicamos haver uma consonância de contextos que possibilitam a eleição destes líderes comum aos países analisados, sobretudo no que tange a desconfiança na política e insatisfação generalizada com o sistema político. Contudo, advoga-se que faz necessário levar em conta questões pertinentes à formação histórica de cada um dos países, bem como suas variáveis sociais e demográficas para que se tenha uma análise mais acertada.

2 CENÁRIO DE CRESCIMENTO DO POPULISMO MUNDIAL

A representação política tem sofrido transformações, dentre elas a perda de centralidade dos partidos políticos como organizadores das preferências e identidades eleitorais, além de sua função como agentes de integração social e instrumentos de diferenciação social e política, a partir da ruptura dos tradicionais vínculos entre os partidos e a sociedade civil. O aumento da descrença e desafeto dos indivíduos em relação às instituições políticas, quando ainda somados a condições econômicas precárias, produzem um ambiente político instável. Nesse cenário, vê-se um aumento nas mobilizações populistas anti-establishment, com a ascensão de figuras políticas acima das estruturas partidárias, personificando a vontade social (LAVALLE, HOUTZAGER e CASTELO, 2006; BAQUERO e LINHARES, 2011; ROBERTS, 2019).

Algumas características da nova direita emergente no cenário mundial são o discurso antipluralista de combate a questões identitárias; o uso de fake news com a exploração da pós-verdade e combate ao conhecimento científico; o posicionamento anti-establishment como *outsiders* através de narrativas antipolíticas de deslegitimação das instituições; a legitimação do discurso de ódio como liberdade de expressão; a utilização de redes sociais como canais de comunicação e proximidade com a população; uma aproximação com as classes médias e populares (os “perdedores da globalização”); em um discurso meritocrático e individualista (GALLEGO, 2019). A desigualdade econômica é um dos fatores geradores de insatisfação e fomentador de discursos populistas, porém a ascensão dessas figuras apresenta também relação com um efeito de backlash cultural, ou seja, uma rejeição à emergência de valores progressistas por camadas que ressentem o deslocamento das normas familiares tradicionais, e se coloca suscetível a apoiar discursos populistas (INGLEHART e NORRIS, 2016). A insatisfação com a realidade do país, a proliferação da desinformação e o acirramento dos discursos políticos, dentro de um contexto de pós-verdade, é terreno fértil para a eleição de líderes populistas.

O dicionário de Oxford definiu o termo pós-verdade como a palavra do ano de 2016, pós-eleições de Trump nos Estados Unidos, que reacendeu os estudos do impacto das *fake news* na democracia eleitoral. Assim, caracterizou a pós-verdade como “relativa a circunstâncias em que fatos objetivos são menos influentes na formação da opinião pública do que emoções e crenças pessoais” (ENGLISH OXFORD LIVING DICTIONARIES, 2016). O fenômeno da pós-verdade e das *fake news* está intrinsecamente ligado a uma refutação da ciência e uma aceitação de discursos inflamados por preconceitos, intolerâncias e táticas de uso de caos e confusão como forma de manipulação da sociedade civil e da opinião

pública, lançando mão de manobras populistas e extremistas (KAKUTANI, 2018, p.189-191).

Embora as *fake news*, em pleitos eleitorais, sejam utilizadas por diferentes partidos do espectro direita-esquerda, esta tem encontrado mais legitimidade dentro dos candidatos populistas de direita (D'ANCONA, 2018). Bem como Donald Trump nos EUA, Marine Le Pén na França, Victor Orbán na Hungria e Jair Bolsonaro no Brasil se utilizam de discursos de ódio a seus “opponentes ilegítimos” (APPLEBAUM, 2017). Matthew D’Áncona (2018) no livro “Pós-verdade: a nova guerra contra os fatos em tempos de *fake news*”, destaca que existe uma tendência global focada na desconstrução do valor da verdade através da deslegitimação da ciência. Segundo ele, “os especialistas são difamados como um cartel mal-intencionado, em vez de [serem considerados] como fonte de informações verificáveis” (2018, p. 20).

3 ESTADOS UNIDOS, HUNGRIA E BRASIL: CONJUNTURA DOS PAÍSES E AS ÚLTIMAS ELEIÇÕES

3.1 ESTADOS UNIDOS

Existem muitos estudos que atribuem a vitória de Donald Trump, em 2016, às questões econômicas, e às falhas do Governo Obama, principalmente em responder aos setores mais conservadores do país. As primárias de 2016, que foram marcadas pelo vazamento de e-mails de Hillary Clinton, e um forte antagonismo entre a candidata e o democrata Bernie Sanders, bem como a estratégia de campanha de Donald Trump que, ao utilizar-se de notícias falsas e de sua alta capilaridade nas redes sócias, promoveu alto engajamento. Além disso, o escândalo da Cambridge Analytics, e ao que se indica, o conluio com entidades governamentais russas, ainda não são claras do quanto podem ter influenciado o resultado destas eleições. A insatisfação com o Governo de Barack Obama, também se apresentou como um ponto relevante para entender os declínios da economia norte-americana, frente aos avanços da potência chinesa. Mas, ao fim e ao cabo, o resultado final das eleições, determinado pelo Colégio Eleitoral, premiou Trump com a Casa Branca, embora Hillary Clinton tenha ganho quase três milhões de votos a mais que o candidato republicano.

De acordo com pesquisa do Latin American Public Opinion Project (LAPOP, 2017), apenas metade da população se mostra satisfeita com a democracia no país entre os anos de 2016/2017. Na esteira deste debate, atualmente, quase três anos após as eleições de 2016, a discussão sobre o impacto das *fake news* segue recente e o caso da eleição norte-americana de 2016. Donald Trump promoveu a popularização do termo *fake news* como

uma forma de se opor a notícias verídicas divulgadas pela mídia tradicional. Assim, desde 2015, vem fazendo uso de suas redes sociais, principalmente o Twitter, em oposição à imprensa, para declarar diferentes notícias danosas à sua campanha ou pessoa, tratavam-se de “*fake news*”. De acordo com o site Trump Twitter Archive, desde que a sua conta foi inaugurada, Trump já utilizou o termo *fake news* em 362 *tweets* (informação obtida em 30/05/2019), na maioria deles referindo-se a veículos de mídia tradicional, tais como New York Times e Washington Post.

Quadro 1: Confiança nas instituições - EUA (%)

	Não confia	Mais ou menos	Confia
Partidos políticos	68,2	19,1	12,85
Forças armadas	13,5	12,2	74,2
Congresso	22,7	18,7	22,4
Governo Nacional/ Executivo	44,9	10,6	31,8
Mídia	55,3	17,2	27,5
Eleições	33,1	17,5	49,4

Fonte: LAPOP, 2016/17, n = 1500

Ao longo de toda a sua campanha em 2016, não apenas postagens e links nas redes sociais “pró Trump” foram encontradas divulgando notícias falsas, com o próprio Trump, candidato nas eleições de 2017. Assumindo em 2017 como presidente, seguiu utilizando discursos fraudulentos, ou no mínimo, exagerados, em seus *tweets* e entrevistas. Segundo levantamento do Fact Checker, agência ligada ao jornal Washington Post, ao longo das eleições de 2016, Trump fez pelo menos 92 falas consideradas falsas (a maioria completamente falsa), mais que o dobro de Hillary Clinton (US ELECTIONS, 2016). De acordo com levantamento do Comitê de jornalistas livres dos Estado Unidos, entre o anúncio de sua candidatura em 2016 até o final do seu segundo ano como presidente cerca de 11% do total de *tweets* escritos pelo presidente tinham um cunho de ameaça, condenação ou insulto à jornalistas, jornais específicos ou à mídia, de maneira geral (SUGARS, 2019). Nesse sentido, o uso das redes sociais para se comunicar com seus apoiadores mostra-se instrumental para Trump, já que, segundo Ituassu et al. (2018) a rede social permite:

[...] uma comunicação direta com o público sem os filtros do jornalismo e dos jornalistas, os tradicionais *gatekeepers* (OATES; MOE, 2016) [...] que é multiplicado no ambiente digital pelos bots – *automated social media accounts* –, robôs usados para impulsionar postagens artificialmente. (ITUASSU et al., 2018a, p. 8)

De forma geral, o Relatório de Oxford (2019), revela essa tendência de diminuição de confiança na mídia tradicional nos Estados Unidos. A forma de informação mais utilizada continua sendo a online (incluindo as mídias sociais), porém houve uma queda. Em 2017

este número era de 77% dos respondentes e atualmente corresponde a 73%. O uso de fonte de informações de mídias sociais de maneira isolada, em 2017 configurava-se como 47%, e em 2018 diminuiu para 45%. Dentre os níveis de confiança em notícias, houve uma baixa de 4%, onde a confiança em notícias chega apenas a 34% em 2018, neste item, isoladamente as redes sociais contam com apenas 13% de confiança (NEWMANN et al., 2019, p. 112-113).

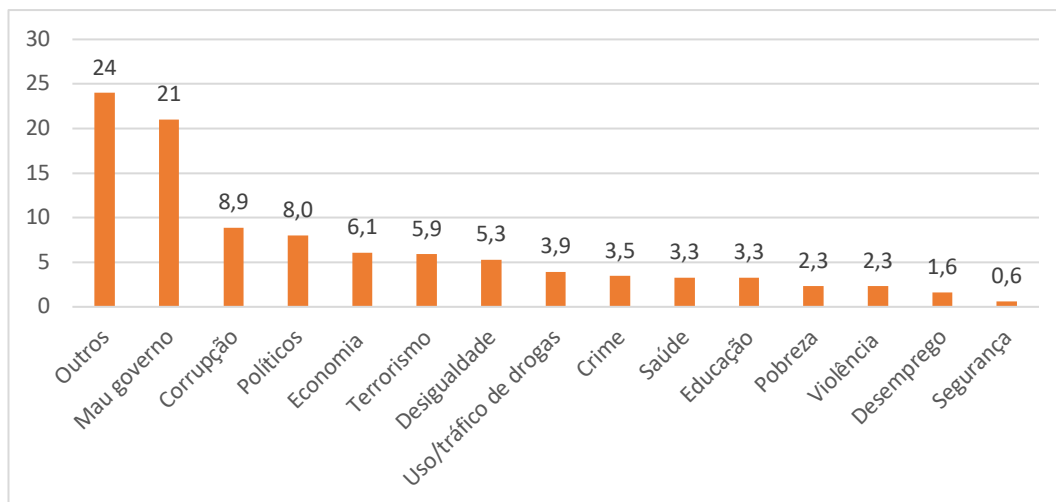
Em ambiente polarizado, ainda mais considerando a estrutura de presidencialismo bipartidária nos Estados Unidos, a estratégia republicana conseguiu capturar votos com slogans populistas e fáceis, em um contexto de crise econômica global, ascensão da China, tendo como mote a ideia de “*Make America Great Again*” (NORRIS; INGLEHART, 2019). Entrando na política como um empresário de grande sucesso, em um ambiente em que a política e a mídia estavam desacreditadas, Trump, ao levantar inúmeras controvérsias, fosse com as notícias falsas que enunciava, ou com seu discurso preconceituoso, machista e xenofóbico, conseguiu capturar a velha mídia com coberturas gratuitas de suas posições polêmicas, mostrando-se um candidato com qualidades especificamente interessantes para a era digital (LEVITSKY e ZIBLATT, 2018).

Em estudo sobre os Estados Unidos nas eleições de 2016, Allcott e Gentzkow, destacaram alguns achados sobre as redes sociais e o consumo de *fake news* nas eleições de Trump, tais quais: Cerca de 62% de adultos norte-americanos recebem notícias nas redes sociais, muitas pessoas que leem notícias falsas relatam acreditar nelas e, por fim, que as notícias falsas mais discutidas durante as eleições favoreciam Donald Trump em relação à Hillary Clinton (ALLCOTT; GENTZKOW, 2017). Complementarmente, estudos de Vosoughi, Roy e Aral (2018) apontaram que as notícias falsas têm quase 70% mais chances do que as verdadeiras, de serem difundidas dentro do ambiente do Twitter, tendo a “novidade” e a “surpresa” como um fator importante. Nesse sentido, as notícias polêmicas, e falsas, ligadas à Donald Trump – sejam ditas por ele, ou criadas de forma a legitimar a sua candidatura – eram mais facilmente difundidas. Neste estudo também demonstram que, embora os robôs sejam importantes em aumentar o impacto das notícias falsas, garantindo que estas fossem mais rapidamente difundidas, e, portanto, mais difíceis de serem derrubadas, os perfis reais divulgam o mesmo volume de *fake news* que os robôs (VOSOUGHI; ROY; ARAL, 2018).

Das *fake news* de fonte não identificada, segundo o estudo de Silverman (2016), entre as 20 histórias que geraram maior engajamento (incluindo curtidas, compartilhamentos e comentários) nos três meses antes das eleições, 17 eram abertamente pró-Donald Trump ou anti-Hillary Clinton. A que teve maior alcance foi o “Papa Francisco choca o mundo e apoia Donald Trump” que atingiu quase mais de 900.000 engajamentos no Facebook. A segunda delas constava que *Wikileaks* havia confirmado que Hillary Clinton havia vendido

armas para o Estado Islâmico com 789.000 de engajamentos no Facebook (SILVERMAN, 2016).

Gráfico 1 – Maior problema do país (%)



Fonte: LAPOP, 2016/17, N = 1500

3.2 HUNGRIA

Desde o começo do seu mandato em Abril de 2010, o Governo de Viktor Orbán (FIDeSz) iniciou diversas modificações na Constituição e nas Leis Eleitorais³ do país que levantaram questionamentos de até que ponto estas mudanças não representavam uma afronta à democracia e independência das instituições, indicando a formação de um Estado autoritário, com poder centralizado nas mãos do Primeiro Ministro (MULLER, 2011). Segundo críticas internacionais, as ementas feitas à Constituição violavam os tratados de direitos humanos da ONU e do Conselho Europeu, assim como entravam em desacordo com os princípios básicos da União Europeia, que requisitam a existência de instituições independentes funcionando em um sistema de balanceamento dos poderes, garantindo as liberdades individuais de toda a população (NORWEGIAN HELSINKI COMMITTEE, 2013

³ A nova Lei Eleitoral se nomeia “Ato das Eleições de Membros do Parlamento da Hungria”, sendo descrita em 26 artigos que determinam os parâmetros da distribuição de assentos e do processo de votos, bem como dos direitos e deveres dos candidatos e tudo que envolve o processo eleitoral. Primeiramente, o número de parlamentares de 386 para 199, faz uso somente de dois mecanismos para a eleição, e não de três. No novo sistema existem somente duas fases nas eleições: 106 assentos são preenchidos nas eleições por circunscrição de candidato único (que elege um membro por circunscrição), e 93 são eleitos através das listas nacionais dos partidos. Obrigatoriamente as 176 circunscrições eleitorais húngaras existentes passaram a ser somente 106, concentrando um número máximo de cerca de 76.000 votos por circunscrição. Acrescido a isso, os votos de candidato único por circunscrição distrital ocorrem em somente um turno, usando pluralidade simples. No entanto, o eleitor ainda tem dois votos: um para o candidato único por circunscrição, e outro para a lista nacional do partido (RENWICK, 2011).

p. 8), assemelhando o sistema político do país a uma autocracia, ou uma democracia iliberal (VEGGI, 2018; LEVITSKY e ZIBLATT, 2018).

A Hungria tem um sistema eleitoral altamente complexo, com distribuição desproporcional. A nova lei, que regulou as eleições de 2014 e de 2018, aumentou a percentagem de assentos parlamentares eleitos em distritos uninominais, tornando o sistema ainda mais desproporcional. Em segundo lugar, mudou os limites dos distritos eleitorais para a vantagem do FIDeSz, rendendo a reeleição de Orbán reeleito em 2014 e 2018 com 43,7% e 48% dos votos, respectivamente (VEGGI, 2018; REDWICK, 2011). Fora o sistema eleitoral por si só desproporcional, também houve alegações não comprovadas de fraude nessa corrida eleitoral que se desdobrou um ambiente de fortes restrições à liberdade de expressão: fechamento de organizações civis, de agências de jornalismo opositoras ao governo e restrição à liberdade de cátedra das instituições científicas (ASH, 2019). Segundo observadores da OSCE, a corrida eleitoral ocorreu com “espaço limitado para debates substantivos e diminuição da capacidade dos eleitores de fazer uma escolha informada, onde a mídia pública claramente favoreceu a coalizão vencedora” (OSCE, 2018).

Atualmente, a Hungria está entre as democracias com os mais baixos índices de liberdade de imprensa (FREEDOM HOUSE, 2017; V-Dem, 2019), e diferente do Brasil e dos Estados Unidos, a maior parte dos veículos de imprensa pertencem, ou são vinculados ao Governo (REUTERS, 2018; POLITICAL CAPITAL INSTITUTE, 2018). O Governo Orbán, fez uso de uma agressiva campanha anti-imigração e contra a União Europeia, colocando jornalistas críticos ao governo, Bruxelas, imigrantes e a comunidade científica, como inimigos da nação húngara. Fazendo uso da narrativa de “fake news” como toda a informação que é contra o governo, Orbán espalhou outdoors pelo país dizendo que “Você tem direito de saber o que Bruxelas planeja”, indicando que a União Europeia estaria agindo contra os interesses do país na questão dos refugiados. Também promoveu uma perseguição às instituições de ensino e ONGs ligadas a George Soros, indicando que haveria um link entre o empresário e a promoção de terrorismo, o qual chamou de “Plano Soros”⁴

A presença do elemento autoritário e repressor foi uma constante na história húngara, tanto nas ocupações turcas (1526), nazistas (1944-1947), e soviéticas (1947-1989), tanto nos regimes internos caracterizados pela República Socialista de Khun (1917), Era Horthy e controle nazista húngaro (1920-1944) – de forma grande parte da população

⁴. “Em 27 de abril de 2017, a Comissão salientou que o processo de consulta nacional «Vamos parar Bruxelas» continha várias alegações factualmente incorretas ou altamente enganadoras. O Governo húngaro realizou ainda consultas intituladas «A imigração e o terrorismo», em maio de 2015, e contra um suposto «plano Soros», em outubro de 2017. Essas consultas estabeleceram um paralelismo entre o terrorismo e a migração, incitando ao ódio contra os migrantes e, em especial, a pessoa de George Soros e a União.” (SARGENTINI, 2018, p.9)

húngara não viveu de fato uma democracia. Com a reabertura política em 1989, o país voltou a inserir-se no sistema internacional, buscando um maior contato com o Ocidente para integrar-se a União Europeia. A transição democrática e a reforma do sistema eleitoral se deram como um pacto entre as elites políticas do país, uma vez que a população, doutrinada pelos tantos anos de regimes autoritários não manifestou interesse, ou tomou parte nas discussões (LENGYEL, ILONSZKI; 2012; KOROSZNY, 1999).

Nesse sentido, o populismo no leste europeu, se mostra diferente do populismo norte americano, justamente pelo caráter iliberal (KREKÓ et al; 2018; SIERAKOWSKI; 2018). Na Hungria não há uma salvaguarda de checks and balances por parte das instituições, de forma que Viktor Orbán vem modificando a constituição de forma a melhor servir o seu partido, Fidesz, no poder desde 2010. A cultura política de não participação da sociedade civil, herança dos anos autoritários torna mais difícil a adoção e preocupação da sociedade com valores de pós materialistas e de autoexpressão (INGLEHART, 2018), fazendo com que a liberdade de expressão e o judiciário independente sejam alvos fáceis de ataques pelos governos de direita populista da região.

De acordo com Sierakowski (2018), o populismo húngaro vai além da premissa de eleitores frustrados economicamente, e encontra adesão da classe trabalhadora pela construção de um senso de “comunidade”, e na classe média por destacar-se como diferente dos refugiados e das elites cosmopolitas. Para Krekó (2018), o sucesso dos líderes populistas da direita na região se dá, pois estes exploram os medos da população. Utiliza o termo de tribalismo, para conceituar o sentimento de busca por uma identificação nacionalista, pois usa o peso de nação e não de classe – atuando sobre a identidade e não sobre o bem-estar econômico. Além disso, o partido construiu um grupo de populismo de direita que combina sucesso econômico, valores familiares (ter filhos traz muitos benefícios) e devoção religiosa, criando o ideal de uma cultura “cristã-nacional” (MULLER, 2019).

Essas afirmações vão de encontro à cultura política húngara. Segundo do European Social Survey, em 2017, quase 70% dos húngaros afirmaram ter nenhum/pouco interesse sobre política, e apenas 5,3% afirmaram ter muito interesse. Nesse mesmo sentido, apenas 27% dos respondentes afirmaram que o sistema político húngaro permite que as pessoas tenham alguma participação no governo. O baixo interesse por política tende a crescer dentro de ambientes polarizados, e reverbera em forma de desconfiança nas instituições e pessoas. Os baixos níveis de confiança são recorrentes na história húngara, e números de 2017, pré cenário eleitoral, esclarecem se tratar de um quadro generalizado.

Quadro 2: Confiança nas instituições - Hungria (%)

	Não confia	Confia	Neutro
Partidos políticos	61,6	21,1	13,1

Polícia	19,1	65,5	6,1
Parlamento Nacional	43,4	35,0	18,6
Políticos	57,1	25,1	11,7
Mídia*	46,3	50,8	2,8

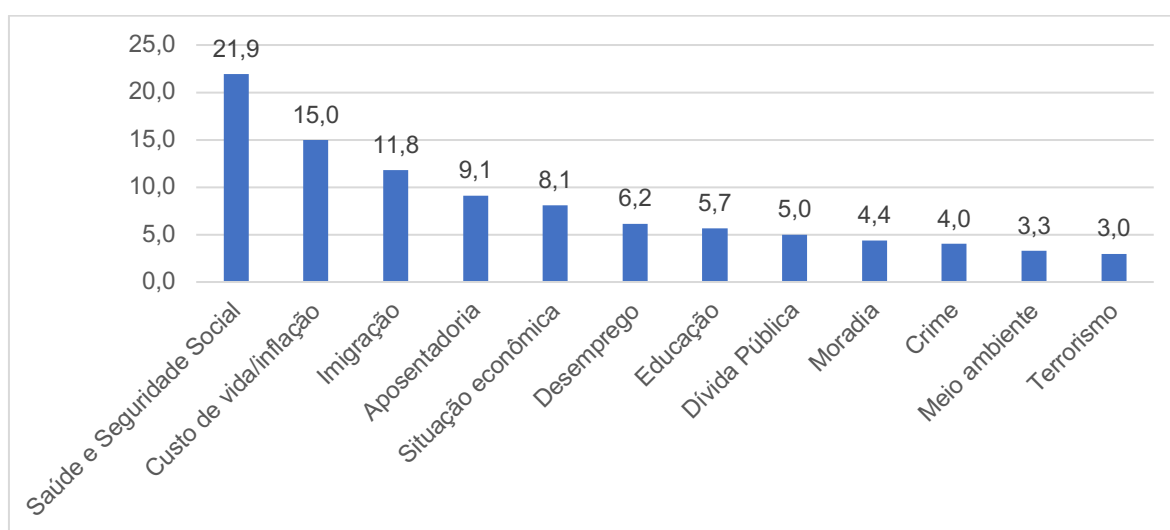
Fonte: European Social Survey, Onda 8, 2017. N = 1598

* Eurobarometer 90.3(categoria neutro = não sei) N = 1023.

Sob os apontamentos na definição de capital social feitas por Almond e Verba, (1963) reitera-se que outro aspecto importante para uma cultura política democrática, é que a sociedade tenha um alto nível de confiança nas instituições que regem seu país, para que se mantenha, de fato, um nível de civilidade e respeito mútuo. O fato da instituição com maior confiança ser a polícia, demonstra o quão malvistas são as instituições húngaras. O populismo é geralmente concluído a partir da polarização e desconfiança da sociedade, liderada por um líder que busca apontar um inimigo comum, como forma de criar identificação de um grupo. Não diferentemente, em pesquisa realizada pelo Ipsos, em janeiro de 2018, pouco antes das eleições, 86% dos húngaros afirmaram acreditar que a população estava dividida, e apenas 16% pensam que há muita/alguma tolerância com os que pensam diferente, sendo 50% destas diferenças de origem política (IPSOS, 2018).

Dentro deste quadro, percebe-se que a satisfação com a democracia no país, também é muito baixa, uma vez que quase metade dos húngaros afirma estar muito insatisfeito/ insatisfeito com a democracia no país (EUROBAROMETRO, 90.3, 2018). Nesse sentido, podemos visualizar abaixo o que a sociedade apontou como os principais problemas do país:

Gráfico 2: Maiores problemas do país (%) -



Fonte: EUROBAROMETER 90.3, 2018 (N=1023).

Apesar de não aparecer como opção nesta pesquisa, em 2018, um mês antes das eleições de Orbán, em pesquisa do Ipsos, 58% da população húngara apontava como principal problema do país a corrupção política e financeira – a terceira nação mais preocupada entre as 27 analisadas, ficando apenas após o Peru (63%) e Malásia (59%). Na mesma pesquisa, 76% da população apontou que o país estava se encaminhando para a direção errada (IPSOS, 2018). Complementarmente, pesquisa realizada em junho de 2018 pelo Ipsos, encontrou que 73% da população húngara afirma que os políticos devem poder falar o que pensam, independente do que outros possam se sentir ofendidos. Cerca de 47% afirmaram que o país precisa de um líder firme que esteja disposto a quebrar as regras. No mesmo sentido, 85% dos húngaros afirmou não confiar na mídia.

3.3 BRASIL

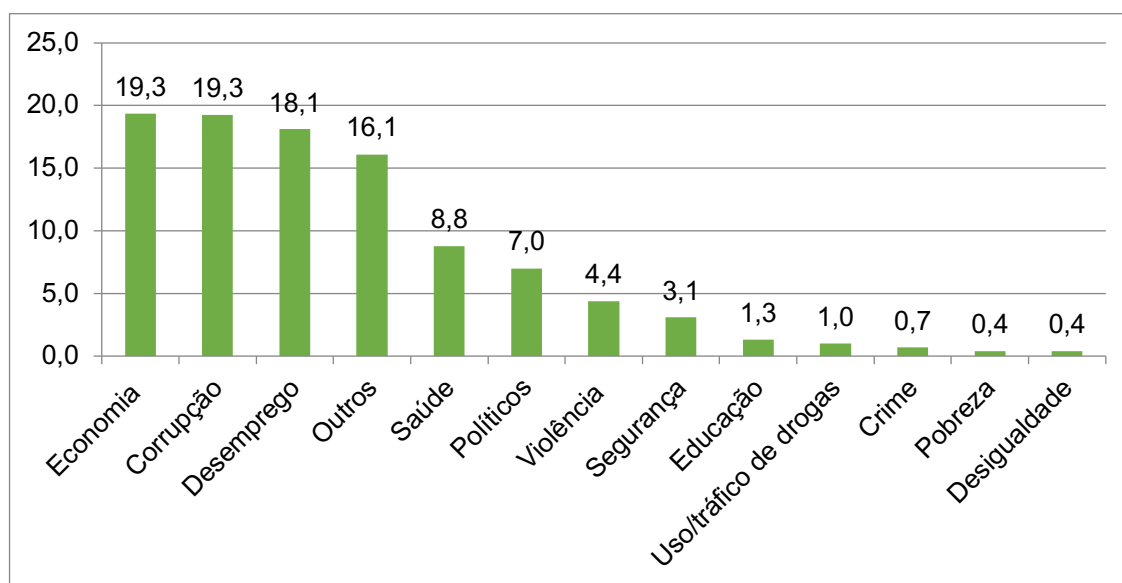
O Brasil tem apresentado altos níveis de desconfiança em relação ao governo e seus representantes, assim como grande ceticismo político entre a população (BAQUERO, 2004 e 2008). Somado a isso, a existência de forças oligárquicas na democracia brasileira reforça a exclusão e a desigualdade social, uma vez que favorece minorias no poder e, conseqüentemente, as elites políticas dos partidos políticos centrais acabam por ser vistas como corruptas e preocupadas apenas com seus próprios interesses, em detrimento do bem do país, acentuando a descrença nas instituições (BAQUERO, 2004). A difusão de um sentimento de anti-política também aumenta o descrédito nas instituições, sendo igualmente reforçado pela mídia (BAQUERO, RANINCHESKI & CASTRO, 2018).

Em junho de 2013, o Brasil presenciou uma onda de protestos, como reflexo da desconfiança nas instituições políticas, centrados em demandas por melhores políticas públicas, e contra a exclusão de indivíduos do sistema político, o qual é permanentemente acusado de corrupção (FILGUEIRAS, 2018). O ano representou o início de um período de instabilidade política, visto que a expansão de demandas e a falta de organização por parte de partidos políticos ou organizações da sociedade civil, tornaram as manifestações em um movimento de oposição ao sistema político como um todo (BORGES, 2015).

As eleições, realizadas no ano seguinte, contaram com a vitória de Dilma Rousseff, por uma pequena diferença percentual. Os escândalos de corrupção, especialmente relacionados à Operação Lava Jato (relacionados com irregularidades na maior empresa nacional, a Petrobrás) exerceram forte papel em minar seu apoio e de seu partido, o Partido dos Trabalhadores (PT), sendo seu governo também responsabilizado pela crise perante a opinião pública. (BORGES, 2015; BAQUERO, RANINCHESKI & CASTRO, 2018). A convicção de que o governo de Rousseff e o seu partido foram responsáveis pela crise criou um sentimento antipetista (PAIVA, KRAUSE e LAMEIRÃO, 2018).

Uma vez que não se desenvolveram mecanismos institucionais eficazes para combater a corrupção, esta se encontra presente nas mais diversas esferas da vida pública brasileira (MOISÉS, 2009). Conseqüentemente, a corrupção aparece identificada pela população como um dos maiores problemas do país, conforme pode ser observado no gráfico abaixo, percepção que sofreu grande aumento em razão da forte cobertura midiática da Operação Lava Jato (BAPTISTA, 2017).

Gráfico 3 – Maior problema do país (%)



Fonte: LAPOP (2016/17). N = 1505

A corrupção é percebida como generalizada, entre a população, especialmente no que concerne o Executivo e o Legislativo, e resulta também em queda no apoio ao sistema político do país (COSTA, 2018). Além disso, conforme se pode observar, a economia aparece como principal problema juntamente com a corrupção, seguido pelo desemprego, e “quando o desafeto das pessoas em relação às instituições de mediação política é elevado, a situação tende a piorar se as condições econômicas também são precárias, produzindo um ambiente político instável” (BAQUERO e LINHARES, 2011).

As eleições de 2014 reforçaram a polarização na sociedade, que se dividiu nos anos seguintes em torno do impeachment da presidenta, gerando novos protestos contra e a favor do impedimento (REIS, 2017). Houve a ascensão de grupos autocaracterizados como anti-movimento, seja anti-establishment, anti-partidos, anti-corrupção e, principalmente, antipolítica (NEVES, 2018). Um dos principais discursos da nova direita brasileira é o sentimento antipetista, que emergiu, em parte, como uma reação ao longo período de governo do PT, e às políticas sociais promovidas (MAITINO, 2018). Dilma Rousseff foi impedida em 2016, sendo substituída pelo seu vice, Michel Temer, devido à crise

econômica em conjunto com a quebra de promessas com o seu eleitorado, que resultaram em perda de apoio e crescente rejeição popular, agravada por uma forte campanha contra o PT, centralmente pela classe média e pela mídia (ANDERSON, 2016).

A campanha eleitoral brasileira de 2018, embora tenha sido encurtada pela legislação de 2017 e iniciada oficialmente em 16 de agosto de 2018 (Lei nº13.487/17 e Lei no 13.488/17) começou muito antes nas redes sociais e nas manifestações de 2013 (SOLANO, 2019). O período foi marcado por um impeachment, até hoje questionado e chamado de golpe, e diversas manifestações pró e contra o Governo, nas quais “novas e velhas” candidaturas foram se formando – como a de Jair Bolsonaro – mesmo que ainda não oficialmente (SOLANO, 2019). Novas, pois houve a maior taxa de renovação do Congresso desde 1994, mas “velhas” pois reelegeu candidatos com acusações de corrupção, e também a bancada mais conservadora eleita desde o regime militar em 1964 – tendência que já havia se mostrado presente em 2014 (ABRANCHES, 2019). As redes sociais foram marcadas pela ação dos bots sociais e de criação de notícias falsas, que cresceram de forma profícua no período, alavancadas em momentos chaves e de condenação da Operação Lava-Jato (ARNAUDO, 2017; MACHADO et al., 2018a)

Quadro 3 - Confiança nas instituições – Brasil (%)

	Não confia	Mais ou menos	Confia
Partidos políticos	81,5	9,5	9,0
Forças Armadas	17,6	11,8	70,6
Congresso	64,6	14,2	21,3
Governo Nacional/ Executivo	75,8	9,7	14,5
Mídia	30,7	16,9	52,4
Eleições	63,1	13,4	23,5

Fonte: LAPOP (2016/17), N = 1523

O sentimento que se desenvolveu de desafeto e insatisfação com as instituições, e foi acentuado a partir dos protestos de 2013, seguidos pelas eleições de 2014, a ampla cobertura midiática da Operação Lava Jato, e o processo de impeachment de Rousseff, resultou no cenário que podemos observar no quadro acima, em 2016/17. Primeiramente, aponta-se a baixíssima confiança dos indivíduos nas instituições políticas, especialmente nos partidos políticos, nos quais mais de 80% não confia de forma alguma, seguido pelo Executivo e Legislativo, ambos apresentando desconfiança de uma maioria expressiva. Em contraponto, as Forças Armadas contam com confiança de mais de 70% dos brasileiros. Com a rejeição à política tradicional e o discurso antipartidário, as Forças Armadas ganharam credibilidade no cenário público brasileiro. Ganharam muito espaço político no

governo de Temer, sendo reforçado pela retórica militarista de Bolsonaro (GALLEGO, 2019).

Nas eleições de 2018, Jair Bolsonaro, candidato de extrema-direita, foi eleito, em segundo turno, com 55,13% dos votos válidos, contra seu oponente, Fernando Haddad, do Partido dos Trabalhadores. Bolsonaro é um ex-militar e foi parte do Congresso Nacional por 30 anos, tendo seus discursos pautados nas linhas centrais a rejeição aos direitos humanos (anti-LGBTs, racismo, contra liberdade de expressão), a apologia à ditadura e ao golpe militar, tortura e violência, o combate à corrupção, direito dos militares e militarização da sociedade. Como candidato, criticou a democracia brasileira baseado na corrupção e na ineficácia dos serviços públicos, além de acusações de apoio do governo a líderes como Hugo Chávez e Fidel Castro (MAITINO, 2018). Teve como um dos eixos de sua campanha o movimento anticorrupção (BOADLE e STARGARTDER, 2018), criticando a democracia no país (MAITINO, 2018), culpando o sistema político como um todo pela situação brasileira (GALLEGO, 2019), apresentando-se através de uma figura carismática como a única alternativa de mudança para o país (SANTANA, 2018).

Bolsonaro conseguiu transformar a insatisfação, fruto da crise econômica e política reforçadas pelos escândalos de corrupção, em potencial eleitoral (GALLEGO, 2019). Na pesquisa realizada pelo LAPOP em 2017, mais de 75% dos entrevistados afirmou estar insatisfeito ou muito insatisfeito com a democracia no país e apenas 5,7% afirmou estar muito satisfeito (LAPOP, 2017). A desconfiança pela política que se mostrava como uma forte marca da população brasileira, na qual 44% afirmou estar pessimista com o resultado das eleições de 2018 em pesquisa da CNI realizada em 2017. Os motivos mais citados nas respostas espontâneas foram a corrupção (30%), a falta de confiança (19%) no governo e a falta de opções entre os pré-candidatos à presidência (16%) (CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA, 2018; BERNARDI, 2019).

Assim como Donald Trump, Bolsonaro teve forte uso das redes sociais, especialmente do aplicativo de mensagens WhatsApp, uma plataforma que conta com cerca de 120 milhões de usuários no Brasil. Seus seguidores criaram centenas de grupos no aplicativo para compartilhar mensagens, imagens, vídeos e *memes*, disseminando conteúdos e informações falsas sobre seus rivais políticos e minorias (BRANCHO-POLANCO, 2019). Ademais, na época do segundo turno, Bolsonaro tinha 1,6 milhão de seguidores no Twitter e 7,49 milhões no Facebook – em comparação, Haddad tinha 742 mil seguidores no Twitter e 808 mil no Facebook (MELLO, 2018b; BERNARDI, 2019). De acordo com a pesquisa eleitoral do instituto Datafolha, conduzida em outubro de 2018, entre os que declararam intenção de voto para Bolsonaro (em cenário de segundo turno contra Haddad) 84,2% possuía conta no Facebook, dos quais 81,8% utilizava a plataforma para ler notícias de

cunho político e 41,4% as compartilhava; e 98,4% possuía no WhatsApp, com 74,4% de uso para ler notícias e 44,9% com compartilhamento.

Assim, foi o candidato que mais se utilizou de suas próprias redes sociais para dialogar com seu eleitorado. Muitas vezes tendo embates com a “mídia tradicional”, o candidato ao longo da eleição, e depois de eleito, tem se utilizado fortemente do Twitter e de sua página oficial do Facebook para comunicar-se com a população. Adotando a conotação de fake news utilizada por Trump, determinando críticas e notícias desfavoráveis às suas ações como *fakes*, o candidato evita os *gate keepers* da mídia tradicional, que desqualifica como “esquerdista”, comunicando-se diretamente com a população nas redes sociais, pelo uso de *lives*, e pronunciamentos diários (ARIAS, 2019). A desqualificação da mídia tradicional ocorre desde a Rede Globo, até o The Economist, o The Guardian e todos os principais grandes veículos brasileiros (MELLO, 2018b).

4 ASCENÇÃO POPULISTA, CULTURA POLÍTICA E OPINIÃO PÚBLICA COMPARADA

4.1 POLARIZAÇÃO POLÍTICA E INSTITUCIONALIZAÇÃO DO DISCURSO DE ÓDIO

Quadro 4: Polarização política e uso de discurso de ódio

	Brasil		Estados Unidos		Hungria	
	2014	2018	2012	2016	2014	2018
Polarização da sociedade ⁵	1,09	0,34	0,92	0,68	0,05	0,05
Utilização de discurso de ódio por partidos políticos ⁶	2,46	0,98	2	1,5	1,54	1,54

Fonte: V-Dem (2019). * 0: Alto impacto, 1: Moderado/Frequente; 2: Média/Às vezes; 3: Limitada/raramente; 4) Quase inexistente

Os dados, apresentados acima, mostram a situação da polarização da sociedade e do uso de discurso de ódio por partidos políticos, para os dois últimos anos eleitorais, para a presidência, nos três países de estudo. O caso mais acentuado de aumento na polarização ao longo do período foi o Brasil, com uma mudança abrupta de polarização moderada para muito séria. Os EUA, que já era um país seriamente polarizado, também

⁵ 0: Polarização séria: Existem sérias diferenças nas opiniões da sociedade sobre quase todas as principais questões políticas, que resultam em grandes choques de pontos de vista, 1: Polarização moderada: Existem diferenças nas opiniões da sociedade sobre muitas questões políticas importantes, que resultam em moderada 2: Polarização média, Diferenças nas opiniões são visíveis em cerca de metade das principais questões políticas, resultando em alguns confrontos de pontos de vista; 3: polarização limitada, existem diferenças nas opiniões sobre apenas algumas questões políticas fundamentais, resultando em alguns confrontos de pontos de vista; 4: sem polarização

⁶ 0: Extremamente frequente, 1: Frequentemente, 2: Às vezes, 3: Raramente, 4: Nunca, ou quase nunca,

apresenta aumento. Entretanto, a Hungria, apresenta a maior polarização (quase total) da sociedade, tendência já vista em 2014, o que mostra que a problemática se encontra mais enraizada. Reforçando esses achados, em pesquisa encomendada em janeiro de 2018, pouco antes das eleições húngaras, 86% dos entrevistados afirmaram acreditar que a população estava dividida. Essa pesquisa também encontrou alta porcentagem no Brasil e nos Estados Unidos, chegando a 84% dos entrevistados (IPSOS, 2018).

Nos três países, dentre 53% dos norte-americanos, 50% dos húngaros e 54% dos brasileiros apontam a diferença entre opinião política como o principal elemento de polarização no país. O segundo maior motivo de polarização na Hungria e no Brasil abrange as diferenças entre ricos e pobres – terceiro lugar na escala norte-americana. Em empate, a opinião pública nos Estados Unidos aponta como segundo maior motivo para polarização as diferenças étnicas (citada como terceiro lugar na Hungria) e a diferença entre imigrantes e nascidos no país (citada como quarto lugar na Hungria). Para os brasileiros o terceiro maior motivo de polarização apontado deriva de matrizes religiosas (IPSOS, 2018).

No Brasil, um dos eixos da campanha de Bolsonaro foi o antiesquerdismo, com o ressurgimento do anticomunismo em sua campanha eleitoral, manifestado centralmente através do antipetismo. Desde as manifestações pelo impeachment, em 2015, construiu-se uma narrativa de “simbiose entre petismo, esquerdismo e comunismo” (GALLEGO, 2019, p. 13), em que o PT aparece como uma ameaça para a ordem social. A partir disso, Bolsonaro construiu “a visão do adversário político como inimigo a ser aniquilado” (p. 25). Para Orbán, os inimigos eram representados por Bruxelas – a União Europeia – os imigrantes, e a mídia oposicionista (KREKÓ et al., 2018; MULLER, 2017). Na campanha norte-americana, Trump hostilizou apoiadores de Hillary Clinton, inclusive fomentando ataques à candidata (LEVITSKY e ZIBLATT, 2018).

Em relação ao uso de discurso de ódio por partidos políticos, enquanto a Hungria se manteve constante com o uso frequente, Brasil e EUA registraram um aumento significativo. Considerando que o período analisado representa anos eleitorais, percebe-se que no ano de reeleição de Dilma Rousseff, no Brasil, o discurso de ódio aparecia às vezes na retórica dos partidos políticos, na eleição de Bolsonaro o uso já era extremamente frequente; e para o caso dos EUA, na reeleição de Obama utilizou-se às vezes, na eleição de Trump passou a ser utilizado mais frequentemente. Nas redes sociais, o consenso geral em grupos isolados resulta em uma “falta de realidade” compartilhada, que pode permitir que ideias discriminatórias e inflamatórias sejam gestadas em alguns segmentos da sociedade, normalizando preconceitos endurecendo mentalidades de eles x nós, e em alguns casos, justificando a violência (GORRELL et al., 2018; LAZER et al., 2017).

4.2 REDES SOCIAIS E *FAKE NEWS*

A extrema-direita emergente utiliza-se da força simbólica, com a disputa de imaginários e subjetividade, através do uso de aspectos emocionais para comunicar-se de forma afetiva (GALLEGO, 2019). Líderes populistas buscam uma conexão direta com o povo, tanto para estabelecer uma comunicação direta, sem filtros ou interferência, quanto para se informar sobre seus problemas e opiniões. Sendo assim, as redes sociais oferecem um ambiente sem constrangimentos por parte da mídia tradicional, inclusive, muitas vezes sendo desafiadas pelos populistas por meio das plataformas digitais (AZEVEDO, 2019).

Segundo Kahnemann (2012) quando estamos diante de novas informações, temos uma tendência de pensar intuitivamente ao nos depararmos com uma nova informação, utilizando-nos de conhecimentos prévios. Da mesma forma, temos um realismo ingênuo (*naive realism*), que nos condiciona a acreditar que a nossa percepção do mundo é a mais correta, negando posições contrárias. Demarca-se a característica do viés de confirmação (*confirmation bias*), que está relacionado a uma maior aceitação de visões de vida similares as nossas (MCCRIGHT; DUNLAP, 2017). Se essas características já são latentes em nossas relações pessoais, nas redes sociais elas se tornam ainda mais marcantes, uma vez que os indivíduos tendem a se relacionar e compartilhar conteúdos com pessoas que tem ideologias semelhantes as suas (tanto pelos algoritmos, quanto por pré-disposições pessoais), reforçando a autoestima e mantendo-se em ambientes “socialmente seguros” (BERNARDI, 2019).

Dentro desta acepção, se formam as chamadas câmaras de eco (*eco-chambers*), ou bolhas de filtro (*filter bubbles*) nas redes sociais, que ao isolar indivíduos que compartilham crenças e pensamentos homogêneos dentro das mesmas frequências algorítmicas, facilitam a propagação de *fake news*, já que as mesmas notícias são visualizadas diversas vezes no mesmo ambiente, sendo recompartilhadas por pares que contam com credibilidade social. Em ambientes altamente polarizados e nos quais as principais instituições, sobretudo políticas e midiáticas, são desacreditadas, as pessoas têm a tendência em confiar muito mais em notícias compartilhadas por pessoas próximas, que reforçam as suas crenças em determinado assunto (RUEDIGER, 2018a)

Nesse sentido, no quadro abaixo, podemos verificar os índices de uso de redes sociais pelos partidos/candidatos nos três países.

Quadro 5: Uso de redes sociais por partidos e candidatos

	Brasil		EUA		Hungria	
	2014	2018	2012	2016	2014	2018
Uso de redes sociais por partidos/candidatos	1,73	2,93	2,95	2,98	2,9	2,9

Fonte: V-Dem (2019). * 0: Nenhum: Principais partidos políticos e candidatos não usam a mídia social durante as campanhas eleitorais para se comunicar com os eleitores, 1: Muito pouco: os principais partidos políticos e

candidatos raramente usam as mídias sociais durante as campanhas eleitorais para se comunicar com eleitores. 2: Pouco: A maior parte dos partidos e candidatos às vezes usam a mídia social durante as campanhas eleitorais para se comunicar com os eleitores, 3: Frequentemente: Os principais partidos políticos e candidatos frequentemente usam as mídias sociais durante as campanhas eleitorais para se comunicar com os eleitores.

Sendo 3 o valor máximo atribuído à frequência de uso de redes sociais por partidos políticos e candidatos, podemos verificar o crescimento dessa forma de comunicação com os eleitores entre as últimas eleições nos Estados Unidos e no Brasil – a Hungria manteve-se com o índice 2,9. O crescimento mais notável é do Brasil, que aumentou mais de uma unidade no índice neste período. Embora nas eleições de 2014 a *memetificação* da política nas redes já fosse presente (CHAGAS, 2018), as campanhas eleitorais do ano de 2018 se deram em um ambiente muito mais virtual, até pelo crescimento no acesso à internet no país (RUEDIGER, 2018a; BERNARDI, 2019).

Embora notícias falsas na política não sejam um advento da internet, a sociedade de redes que ela proporciona, no qual cada usuário vira produtor/reprodutor de conteúdo, potencializa a disseminação de informações falsas, muitas vezes não na intenção de causar dano, mas pela própria ignorância por parte do usuário e vontade de ter sua opinião validada (CARNEIRO, 2018). Considerando a facilidade de se encontrar informações no ambiente online e a multiplicidade de sites com checadores de fatos, percebemos que as fake news podem ser desmentidas com simples buscas na web (RUEDIGER, 2018a), contudo muitos partidos e candidatos se utilizam desta narrativa para convencer eleitores e fidelizar apoiadores (OWEN, 2017). Dentro deste contexto, podemos verificar o aumento da disseminação de informações fáceis nos países no Quadro 6 (abaixo).

Quadro 6: Disseminação de informações falsas através das redes sociais

	Brasil		EUA		Hungria	
	2014	2018	2012	2016	2014	2018
Disseminação de informações falsas pelos partidos	2,47	1,42	3,06	3,01	1,78	0,88
Disseminação (nível doméstico) de informações falsas pelo governo	3,44	2,07	3,55	2,84	2,23	1,75

Fonte: V-Dem (2019). *0⁷: Extremamente frequente; 1: Frequente: os principais partidos políticos e candidatos divulgam informações falsas sobre muitas questões políticas; 2: Parcialmente; 3: Raramente; 4: Nunca.

A escala utilizada vai de 0 (extremamente frequente) à 4 (nunca ou quase nunca), e ranqueia a divulgação de informações falsas por partidos e pelo governo. Primeiramente, cabe ressaltar que tanto no âmbito de Governo, quanto no de partidos, houve um aumento

⁷ 0: Extremamente frequente: Os principais partidos políticos e candidatos/ Governo divulgam informações falsas sobre todas as questões políticas.; 1: Frequente: os principais partidos políticos e candidatos/ Governo divulgam informações falsas sobre muitas questões políticas.; 2: Parcialmente: Os principais partidos políticos e candidatos/Governo divulgam informações falsas sobre algumas questões políticas fundamentais, mas não outras; 3: Raramente: os principais partidos políticos e candidatos/ Governo divulgam informações falsas sobre apenas algumas questões políticas importantes; 4: Nunca, ou quase nunca, os principais partidos políticos e candidatos/ Governo nunca divulgam informações falsas sobre questões políticas chave.

na disseminação de *fake news* nos três países através das redes sociais. Enquanto o uso pelos partidos se manteve relativamente estável nos EUA, no Brasil as informações passaram a ser disseminadas frequentemente e na Hungria com muita frequência. A nível governamental, todos os países apresentaram quedas mais significativas, com EUA e Brasil passando para uso eventual, e a Hungria para uso frequente. Na Hungria, devido à forte censura da mídia, as redes sociais têm respondido por diversos processos por retirar do ar páginas do próprio governo húngaro. Assim, percebe-se, primeiramente, que o fenômeno de difusão de *fake news* é um elemento que aparece em todos os países estudados, e não ocorre apenas através de partidos, mas também a nível governamental.

Sobre o contexto da desinformação, duas expressões em inglês são muito utilizadas para falar da onda de *fake news* atual, sendo elas *misinformation* e *desinformation*. A primeira trata de informações falsas ou imprecisas espalhadas de forma não intencional – como, por exemplo, um erro de reportagem. Já *desinformation*, em português desinformação é intencionalmente falsa e deliberadamente propagada com a intenção de enganar usuários e se multiplicar pelas redes (ALLCOTT; GENTZKOW, 2017; CASTRO, 2018; EUROPEAN COMMISSION, 2018; MARWICK; LEWIS, 2017). Nesse sentido as *fake news* são aquelas notícias que são difundidas intencionalmente e são verificavelmente fraudulentas com a única intenção de enganar os leitores (SHU et al., 2017). Assim;

Tal definição exclui erros jornalísticos não intencionais; rumores, ou seja, informações que não são verificadas no momento da postagem (Zubiaga et al., 2018); teorias de conspiração, entendidas como explicações sobre eventos históricos em termos do agente causal de um grupo relativamente pequeno de pessoas agindo em segredo (Keeley, 1999); sátiras, que são facilmente identificáveis pela característica de entretenimento; fofocas, que são afirmações não validadas e não consentidas sobre pessoas ou fatos, e declarações falsas.(CASTRO, 2018, p.64)

Os principais fatores relacionados à produção de *fake news* na política estão relacionados a fatores econômicos e também de ideologia política (ALLCOTT; GENTZKOW, 2017; MCCRIGHT; DUNLAP, 2017). Análises jornalísticas, principalmente a partir do BuzzFeed e The Guardian, demonstraram que uma porcentagem alta destes sites estavam ligadas à adolescentes que produziam as notícias falsas na Macedônia por incentivo financeiro, uma vez que, as manchetes que viralizam tendem a gerar maior lucro devido aos cliques em anúncios presentes no site (ALLCOTT; GENTZKOW, 2017, p. 7–8)

Segundo Vosough, Roy e Aral (2017) que estudaram a disseminação das *fake news* no twitter entre 2006 e 2017, no Estados Unidos, apontam que uma notícia falsa tem 70% a mais de chance de ser *retwitada* (compartilhada) do que uma notícia verdadeira e a principal motivação para isso é a novidade, o ineditismo da publicação. Nesse sentido a pesquisa também descobriu que os números de compartilhamentos de notícias falsas foram

quase o mesmo entre robôs e usuários verídicos – o que indica que apesar da urgência de regular e investigar o uso de robôs nas campanhas eleitorais, também se faz necessário agir em outras fontes contra a desinformação política (BERNARDI, 2019).

A relativização de fatos, baseada em crenças pessoais em um contexto de desconfiança generalizada, está relacionada com o fenômeno da pós-verdade (D'ANCONA, 2018; TRAUMANN, 2018). Além disso, as notícias sobre política nas redes sociais como WhatsApp, Facebook e Twitter têm o poder de alcançar grupos que não são politicamente engajados ou tradicionalmente interessados por política e, portanto, mais suscetíveis a crer em notícias falsas (LAZER et al., 2017). Na Hungria, boa parte da informação falsa encontrada foi a partir do próprio governo, como as campanhas contra a União Europeia (REUTERS, 2019; SARGENTINI, 2018) também encontrados dados que corroboram com a possibilidade de intervenção russa na região (KREKÓ, et al; 2018).

5 CONCLUSÕES INICIAIS

Ao longo deste artigo buscamos analisar características da sociedade de cada um dos países, bem como dos líderes populistas que foram eleitos. Embora possam ser resguardadas diferenças entre as sociedades, os dados de cultura política e opinião pública encontrados demonstram, primeiramente, altos índices de desconfiança em relação às instituições políticas tradicionais, sendo os partidos políticos os mais afetados, com taxas de desconfiança beirando entre os 60 e 80%; mostrando, em contraponto, traços autoritários, uma vez que a instituição que conta com mais confiança é as Forças Armadas, ou a Polícia para o caso húngaro, se encontra entre os 65 e 74%, contando, curiosamente, com a maior confiança nos Estados Unidos, país que não apresenta um passado autoritário como os outros dois. Além disso, o que se vê são populações insatisfeitas com os *outputs* de seus sistemas políticos, não apenas em relação ao desempenho econômico e em suas políticas, como de seguridade social, mas também em temas como a corrupção e o próprio modo de governar.

Os países estudados apresentam grande polarização, que aparece, no geral, em nível ascendente desde as últimas eleições de cada um, as quais giram em torno de temas políticos, que são reforçados por diferenças de classe e étnicas, de acordo com o contexto. Apesar da baixa confiança nos partidos políticos, estes ainda se apresentam como atores centrais de representação, especialmente a nível

eleitoral, e têm se utilizado, crescentemente, do uso de discurso ódio. Nos casos estudados, enquanto a polarização constrói um ideal de “nós” *versus* “eles”, a partir do imaginário criado da existência de um inimigo do povo, em geral o “sistema político corrupto” (que em cada caso adquire características específicas), os partidos têm utilizado o discurso de ódio como forma de reforçar essas ideias e transformar a insatisfação generalizada em potencial eleitoral, sendo este discurso articulado pela figura carismática dos *outsiders*, que personalizam suas campanhas (em detrimento da figura do partido) como forma de aproximação com a população.

Quanto aos líderes, os três analisados demonstraram fortes características autoritárias e utilizam as redes sociais como forma de se aproximarem com os eleitores, bem como deslegitimarem o processo democrático e atacam àqueles com posições opostas, demonstrando características já consagradas de líderes populistas de direita. Em países onde o uso de redes sociais engloba a maioria da população (e para algumas plataformas/países beira a totalidade), a combinação do uso crescente de redes sociais com a disseminação de fake news (somada ao uso de discursos de ódio) põe novos desafios e perigos para a democracia. Nesse sentido, podemos perceber um autoritarismo mais forte no regime húngaro, uma vez que modificadas as leis principais do país, bem como a estrutura de liberdade de imprensa, se torna mais claro o caráter iliberal, e ao nosso ver, fascista de Viktor Orbán. Embora o seu discurso encontre coro com líderes como Bolsonaro e Trump, as democracias brasileira e norte-americana vem mostrando sinais um pouco mais fortes de republicanismo – *pero no mucho* no Brasil, considerando o recente processo de impeachment e prisão de candidatos da oposição entre 2014 e 2018.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDERSON, Perry. Crisis en Brasil. In: Gentili, Pablo (Ed.). *Golpe en Brasil: Genealogía de una farsa*. Buenos Aires: CLACSO, 2016. pp. 35-63.

ABRANCHES, Sérgio. Polarização radicalizada e ruptura eleitoral. In: AUTORES, Varios (Ed.). *Democracia em risco? 22 ensaios sobre o Brasil de hoje*. [s.l.]: Companhia das Letras, 2019. p. 9–46.

ALLCOTT, Hunt; GENTZKOW, Matthew. Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, Cambridge, MA, v. 31, n. 2, p. 211–236, 2017. Disponível em: <<http://www.nber.org/papers/w23089.pdf>> Acesso em 3 de mai. 2019.

ALMEIDA, Ana Lia Vanderlei De. A prisão de Lula e a crença na “justiça verdadeira”: reflexões sobre o lugar do direito na reprodução da sociedade de classes. *Revista Direito e*

Práxis, [s. l.], v. 9, n. 3, p. 1598–1620, 2018. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S217989662018000301598&lng=pt&tlng=pt> Acesso em: 5 de março de 2019.

APPLEBAUM, Anne. 100 Years Later, Bolshevism Is Back. And We Should Be Worried. 2017. Disponível em: <https://www.washingtonpost.com/opinions/global-opinions/bolshevism-then-and-now/2017/11/06/830aecaa-bf41-11e7-959c-fe2b598d8c00_story.html>. Acesso em: 3 jun. 2018

ARIAS, Juan. Por que a guerra de Bolsonaro contra a mídia prejudica a imagem do Brasil no mundo | Opinião | EL PAÍS Brasil. EL PAÍS, [online], 2019. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2019/01/04/opinion/1546636281_491737.html>. Acesso em: 16 jun. 2019.

ARNAUDO, Dan. Computational Propaganda in Brazil: Social Bots during Elections. Computational Propaganda Research Project, [s. l.], v. 8, p. 1–39, 2017.

AZEVEDO, Dilvan Passos de. A Comunicação Populista Online: análise das estratégias de comunicação política dos principais candidatos à presidência do Brasil no Facebook durante as eleições de 2018. *VIII COMPOLÍTICA*, Brasília, 2019.

BAQUERO, Marcello. Formas alternativas de participação política ou naturalização normativa? Cultura política e capital social no Brasil. *Política & Sociedade*, Florianópolis, n. 5, pp. 165-186, 2004.

BAQUERO, Marcello. Democracia formal, cultura política informal e capital social no Brasil. *Opinião Pública*, v. 14, n. 2, pp. 380-413, 2008.

BAQUERO, Marcello; Linhares, Bianca. Por que os brasileiros não confiam nos partidos? Bases para compreender a cultura política (anti)partidária e possíveis saídas. *Revista Debates*, Porto Alegre, v. 5, n. 1, pp. 89-114, 2011.

BAQUERO, Marcello; RANINCHESKI, Sonia; CASTRO, Henrique C. de O. A formação política do Brasil e o processo de democracia inercial. *Revista Debates*, v. 12, n. 1, pp. 87-106, 2018.

BODA, Zsolt. CSIGÓ, Péter. Dismantled Democracy, Ungovernable Country: The Derailment of Hungary in the 2000s and Prospects for a Democratic Recovery. Disponível em: <www.boell.de/de/node/276345> Acesso em: 17 de outubro de 2013

BORGES, Rodolfo. Uma eleição que demoliu todos os padrões de campanha no Brasil. 2019. El país. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2018/10/08/politica/1539013639_991471.html>. Acesso em: 5 abr. 2019.

BOADLE, Anthony; STARGARDTER, Gabriel. Far-right Bolsonaro rides anti-corruption rage to Brazil presidency. Reuters, 28 out. 2018. Disponível em: <https://www.reuters.com/article/us-brazil-election/far-right-bolsonaro-rides-anti-corruption-rage-to-brazil-presidency-idUSKCN1N203K>. Acessado em 31/10/18.

BORGES, David G. As Jornadas de Junho de 2013: Histórico e Análise. In: Cei, Vitor; Borges, David G. (Org.). *Brasil em Crise: o legado das Jornadas de Junho*. Vila Velha: Praia Editora, 2015.

BRANCHO-POLANCO, Ed. How Jair Bolsonaro used 'fake news' to win power. *The Conversation*, January 9 2019. Available at: <http://theconversation.com/how-jair-bolsonaro-used-fake-news-to-win-power-109343>

COSTA, Andressa Liegi Vieira. Corrupção e cultura política em tempos de crise: implicações para a democracia brasileira, Working Paper #84, *Observatório Político*, 2018.

CERNOV, Ana. How did we get to the Trump Era, in the US and in Brazil? 2019. Disponível em: <https://www.inesc.org.br/wp-content/uploads/2019/01/article_elections-Brazil-and-US.pdf?x31288>. Acesso em: 1 maio. 2019.

CODING RIGHTS. Data and Elections in Brazil 2018 - Brazilian Country Report. 2018. Disponível em: <<https://ourdataourselves.tacticaltech.org/projects/data-and-politics/>>. Acesso em: 31 mar. 2019.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA. Retratos da sociedade brasileira: perspectivas para as eleições de 2018. Brasília: CNI, 2018. v. Ano 7

COSTA, Maria Cristina Castilho; BLANCO, Patrícia. Pós-Tudo e crise da Democracia. São Paulo: Palavra Aberta, 2018.

D'ANCONA, Matthew. Pós-verdade: a nova guerra contra os fatos em tempos de fake news. Barueri: Faro Editorial, 2018.

EUROBAROMETRO. European Commission & European Parliament, Brussels: Eurobarometer 88.1, September-October 2017.

EUROBAROMETRO. European Commission and European Parliament, Brussels: Eurobarometer 90.1, September 2018.

FACHIN, Patricia; MACHADO, Ricardo. Eleições 2018. A radicalização da polarização política no Brasil. Algumas análises. Entrevistas especiais. 2018. Disponível em: <<http://www.ihu.unisinos.br/159-noticias/entrevistas/583456-eleicoe...arizacao-politica-no-brasil-algumas-analises-entrevistas-especiais>>. Acesso em: 31 maio. 2019.

FOREIGN POLICY. The pro-free speech way to fight fake news. PEN AMERICA. 2019. Disponível em: <<https://pen.org/press-clip/pro-free-speech-way-fight-fake-news/>>. Acesso em: 3 set. 2018

GALLEGO, Esther Solano. La Bolsonarización de Brasil, *Documentos de Trabajo IELAT*, Madrid, n. 121, pp. 4-41, 2019.

HUNGARY. The Fundamental Law Of Hungary, 2011. 25/Abril/2011. Disponível em: <<http://www.kormany.hu/download/e/2a/d0000/THE%20FUNDAMENTAL%20LA W%20OF%20HUNGARY.pdf>> Acesso em: 17 de Julho de 2013

HUNYADI, Bulcsú, CSABA Molnár. VESZNA, Wessenauer. Voices on Values: How European publics and policy actors value an open society: Committed to rights, but longing for stability: Hungary. Open Society Institute. (2019). Disponível em <http://voicesonvalues.dpart.org/images/finalreports/OSI-019-18-Hungary-report_ok.pdf> Acesso em: 3 jul. 2018

IBOPE. Confiança nas Instituições Brasileiras (ICS) - junho de 2018. CESOP,2018. Acesso em: 2 fev. 2019
IPSOS.

ISAAC, Mike; ROSE, Kevin. Disinformation and fake news spreads over WhatsApp ahead of Brazil' s presidential election. The Independent, [s. l.], n. October 2018, p. 1–8, 2019. Acesso em: 14 jan. 2019.

ITUASSU, Arthur et al. Campanhas online e democracia: uma proposta de pesquisa para as eleições de 2018 no Brasil. [s. l.], p. 1–23, 2018. b. Disponível em: <http://www.inctdd.org/wp-content/uploads/2018/08/ituassu-et-al-v_final.pdf> Acesso em: 14 jun. 2019.

ITUASSU, Arthur et al. Politics 3.0"? De @realDonaldTrump para as eleições de 2018 no Brasil. In: XXVII ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS, BELO HORIZONTE - MG, 05 A 08 DE JUNHO DE 2018 2018a, Belo Horizonte. Anais... Belo Horizonte: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2018. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.tse.jus.br/xmlui/handle/bdtse/4935>> Acesso em: 14 abr. 2019.

INGLEHART, Ronald; NORRIS, Pippa. *Trump, Brexit, and the Rise of Populism: Economic Have-Nots and Cultural Backlash. HKS Working Paper* No. RWP16-026, Harvard University, 2016.

FILGUEIRAS, Fernando. Indo além do gerencial: a agenda da governança democrática e a mudança silenciada no Brasil. *Revista de Administração Pública*, v. 52, n. 1, pp. 71-88, 2018.

JENEI, György. A Post-accession Crisis? Political Developments and Public Sector Modernization in Hungary. BERG Working Paper Series from Bamberg University, Bamberg Economic Research Group No 67, 2009. Disponível em: <<http://EconPapers.repec.org/RePEc:zbw:bamber:67>> Acesso em: 13 Jun. 2013

KAKUTANI, Michiko. A morte da verdade. Rio de Janeiro: Editora Intrínseca, 2018.

KÖRÖSÉNY, András. Governments and Politics in Hungary. Budapest, Hungary:Central European University Press, 1999. p.305.

KÖVES, N. 2018. The Sargentini Report – Its background and what it means for Hungary and for the EU. <https://www.boell.de/en/2018/09/19/sargentini-report-its-background-and-what-it-means-hungary-and-eu>

KREKÓ, Péter et al. Beyond Populism: Tribalism in Poland and Hungary. Political Capital Institute. Budapeste. 2018. Disponível em: <https://www.politicalcapital.hu/pc-admin/source/documents/pc_beyond_populism_study_20180731.pdf>. Acesso em: 11 jun. 2019.

LAVALLE, Adrián G.; HOUTZAGER, Peter P.; CASTELLO, Graziela. Democracia, Pluralização da Representação e Sociedade Civil. *Lua Nova*, São Paulo, n. 67, pp. 49-103, 2006.

LEAHY, Joe; SCHIPANI, Andres. Brazilians elect Jair Bolsonaro in shift to the right. *Financial Times*, [s. l.], p. 4–9, 2018. Acesso em: 20 out. 2018.

LENGYEL, György. ILONSZKI, Gabriella. "Simulated democracy and pseudo-transformational leadership in Hungary." *Historical Social Research/Historische Sozialforschung* (2012): 107-126.

LEVITSKY, Steven; ZIBLATT, Daniel. Como as Democracias Morrem. Rio de Janeiro: Zahar, 2018.

LONDOÑO, Ernesto; ANDREONI, Manuela. Brazil Election: How Jair Bolsonaro Turned Crisis Into Opportunity. *The New York Times*, 29 out. 2018. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2018/10/29/world/americas/jair-bolsonaro-brazil-profile.html>. Acesso em: 31/10/18.

MAITINO, Martin E. (2018). "Right, unashamed": conformation on Brazil's political right through Jair Bolsonaro's discourses. *Plural*, Revista do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da USP, São Paulo, 25(1), 2018, pp. 111-134.

MARANHÃO FILHO, Eduardo Meinberg de Albuquerque; COELHO, Fernanda Marina Feitosa; DIAS, Tainah Biela. "Fake news acima de tudo, fake news acima de todos": Bolsonaro e o "kit gay", "ideologia de gênero" e fim da "família tradicional". *Correlation*, [s. l.], v. 17, n. 2, p. 65, 2019.

MELLO, Patrícia Campos. Empresas contrataram disparos pró-Bolsonaro no WhatsApp, diz espanhol. Folha de S. Paulo, [online], 2019. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2019/06/empresas-contrataram-disparos-pro-bolsonaro-no-whatsapp-diz-espanhol.shtml>>. Acesso em: 19 jun. 2019.

MELO, Carlos. A marcha brasileira para a insensatez. In: VÁRIOS AUTORES (Ed.). Democracia em risco? 22 ensaios sobre o Brasil de hoje. [s.l.] : Companhia das Letras, 2019. p. 310–339.

MOISÉS, José Á. Corrupção Política e Democracia no Brasil Contemporâneo. *LASA (Latin American Studies Association) Congress*, Rio de Janeiro, 2009.

MÜLLER, Jan-Werner (2017), *The Age of Perplexity: Rethinking the World we Knew. The Rise and Rise of Populism?* Madrid, BBVA, OpenMind, Penguin Random House Grupo Editorial.

NEWMANN, Nic et al. Reuters Institute Digital News Report 2018. [s.l.: s.n.]. Disponível em: <<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/digital-news-report-2018.pdf>>. Acesso em: 25 maio. 2019.

NORWEGIAN HELSINKI COMMITTEE. Democracy and human rights at stake in Hungary: The Viktor Orbán Government's drive for centralisation of power. 2013, Oslo, Noruega. Disponível em: <http://www.nhc.no/filestore/Publikasjoner/Rapporter/2012/Rapport_1_12_web.pdf> Acesso em: 15 Out. 2013

NEVES, Raphael. "Joga pedra na Judith": discursos de ódio e populismo. *Cadernos pagu*, n. 53, 2018.

PAIVA, Denise; KRAUSE, Silvana; LAMEIRÃO, Adriana. O eleitor antipetista: partidarismo e avaliação retrospectiva. *Opinião Pública*, v. 22, n. 3, pp. 638-674, 2018.

POLITICAL CAPITAL POLICY RESEARCH & CONSULTING INSTITUTE (2012, 19 April). Halfway into the Hungarian electoral reform: Electoral law already passed, law on procedure still uncertain. Disponível em: <<http://www.valasztasirendszer.hu/wp->

content/uploads/PCFES_ConferencePaper_HalfwayIntoTheHungarianElectoralReform_120417.pdf>
Acesso em: 27 Jul. 2013"

REUTERS. "EU Commission rebukes Hungary's new media campaign as "fake news". *Euronews*. Fevereiro de 2019. Disponível em <<https://www.euronews.com/2019/02/19/eu-commission-rebuked-hungarys-new-media-campaign-as-fake-news>> Acesso: 22 de mai. 2019.

RENEWICK, Alan. Hungary's New Electoral Law, Part 1: The Basics in [Blog] READING POLITICS, 26/dez. 2011. Disponível em: <<http://blogs.reading.ac.uk/readingpolitics/2011/12/25/hungary%E2%80%99s-new-electoral-law-part-1-the-basics/>>

REIS, Fábio W. Crise política: a "opinião pública" contra o eleitorado. In: Miguel, Luis F. M.; Biroli, Flávia. *Encruzilhadas da democracia*. Porto Alegre: Zouk. pp. 15-44, 2017.

ROBERTS, Kenneth M. Crises of Representation and Populist Challenges to Liberal Democracy. *Chinese Political Science Review*, pp. 1-12, 2019.

SANTANA, Paulo H. B. Midiatização da Política em Tempos de Redes Sociais Digitais: A Suposta Campanha Precoce de Jair Bolsonaro. *II Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais*, 2017.

SARGENTINI, Judith. Relatório sobre uma proposta solicitando ao Conselho que, nos termos do artigo 7.º, n.º 1, do **Tratado da União Europeia, verifique a existência de um risco manifesto de violação grave pela Hungria dos valores em que a União assenta. Comissão das Liberdades Cívicas, da Justiça e dos Assuntos Internos**. Parlamento Europeu. 2018.

SILVERMAN, Craig. This Analysis Shows How Viral Fake Election News Stories Outperformed Real News On Facebook. 2016. Disponível em: <<https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/viral-fake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook>>. Acesso em: 31 maio. 2019.

SIERAKOWSKI, Sławomir. "How Eastern European Populism Is Different | by Sławomir Sierakowski," Project Syndicate, January 31, 2018. Disponível em: <<https://www.project-syndicate.org/commentary/populism-stronger-in-eastern-europe-by-slawomir-sierakowski-2018-01>> Acesso em: 22 out. 2018

STANLEY, Jason. Como funciona o fascismo. A política do "nós e "eles". Porto Alegre: L&PM, 2018.

VEGETTI, Federico (2017, March 10-12). *Political polarization in Hungary*. Paper presented at the Workshop on Polarized Democracies, Central European University, Budapest, Hungary.

VENICE COMMISSION and Office for Democratic Institutions and Human Rights (2018) Hungary: *Joint opinion on the provisions of the so-called "Stop Soros" draft legislative package which directly affect NGOs*, Strasbourg, 25 June 2018.

VENTURINI, Lilian. A violência na eleição. E o efeito do discurso dos políticos. *NEXO*. 2018. Disponível em: <<https://www.nexojornal.com.br/expresso/2018/10/10/A-violencia-na-eleicao.-E-o-efeito-do-discurso-dos-politicos>>. Acesso em: 3 maio. 2019.

VOSOUGHI, Soroush; ROY, Deb; ARAL, Sinan. The spread of true and false news Online. [s. l.], MIT. v. 1151, n. March, p. 1146–1151, 2018.