



INSTITUTO
UNIVERSITÁRIO
DE LISBOA

A Influência dos novos media na disseminação do discurso populista sobre a imigração e as desigualdades em Portugal

Isidoro Barbosa Vieira

Mestrado em Políticas Públicas

Orientadora:

Doutora Rosário Mauritti, Professora Associada
Iscte – Instituto Universitário de Lisboa

Outubro, 2024

Departamento de Ciência Política e Políticas Públicas

A Influência dos novos media na disseminação do discurso populista sobre a imigração e as desigualdades em Portugal

Isidoro Barbosa Vieira

Mestrado em Políticas Públicas

Orientadora:

Doutora Rosário Mauritti, Professora Associada
Iscte – Instituto Universitário de Lisboa

Outubro, 2024

Agradecimentos

Quero dedicar esta página às pessoas que me acompanharam neste processo árduo, desgastante e moroso, mas que no final se revelou gratificante.

Em primeiro lugar, à minha família, que serviu como suporte em todas as etapas deste longo processo que termina ao fim de 19 anos no meio acadêmico.

À minha mãe, aos meus irmãos, à minha sobrinha e ao meu pai que certamente estará orgulhoso.

Recordo com saudade o meu primeiro dia de aulas, corria o ano de 2005, onde a escola ainda figurava como um conceito paradoxal, pois era, ou que acreditava ser, a passagem para o meio dos mais “velhos”, sendo eu uma criança com 6 anos.

Assim fui vivendo com o passar dos anos, ciclos, escolas até chegar à universidade. Pelo meio, passaram diversos professores, colegas e auxiliares que me marcaram e moldaram na pessoa que sou hoje, e, a todos eles, endereço a minha gratidão.

Os amigos... eles sabem o que tive de abdicar e agradeço a compreensão. Dias e noites em volta de um computador e de livros para um objetivo, que hoje, posso dizer que está concluído.

Por último, agradecer a professora Rosário Mauritti por todo o acompanhamento prestado desde a licenciatura até agora. Tive o privilégio de voltar a encontrar a professora no Mestrado em Políticas Públicas e só tenho a agradecer a paciência no curso desta orientação, e realçar uma das virtudes da professora que passa pelo aconselhamento, a transmissão de sabedoria e generosidade com os seus alunos.

Muito obrigado a todos,

Isidoro Vieira

Resumo:

Nos últimos anos, temos assistido a uma reconfiguração dos meios de comunicação. A rádio e a televisão deram lugar a plataformas digitais como o «X», o Youtube entre outros espaços de difusão online que se constituem como essenciais na disseminação de informação diretamente para o público. Com o advento destas redes, estas plataformas passaram a funcionar como uma “arena política”, onde os diversos atores políticos utilizam-nas para comunicar com uma audiência que consome diariamente este conteúdo.

Exemplo disso é o Partido Chega em Portugal, que desde a sua fundação em 2019, se mostrou bastante empenhado em instrumentalizar diferentes tematizações nos novos media, onde, temos assistido a um incremento de uma comunicação de ostracização a comunidades migrantes em Portugal, que, de certo ponto, tem perpetuado noções estigmatizantes e preconceituosas face a estas comunidades.

Desse modo, o presente texto pretende analisar o caso do Partido Chega e como sua retórica de índole populista tem polarizado perceções sobre a comunidade imigrante em Portugal.

Palavras-chave: Imigração; Media; Desigualdades; Populismo.

Abstract:

In recent years, we have witnessed a reconfiguration of the media. Radio and television have given way to digital platforms such as «X», YouTube and other online dissemination spaces that stand out as essential in disseminating information directly to the public. With the advent of these networks, these platforms began to function as a “political arena”, where different political actors use them to communicate with an audience that consumes this content daily.

An example of this is the portuguese political party “Chega”, which since its founding in 2019, has been very committed to instrumentalizing different themes in the new media, where we have seen an increase in ostracizing communication towards migrant communities in Portugal, which, to a certain extent, perpetuates stigmatizing and prejudiced notions towards these communities.

Therefore, this text intends to analyze the case of the “Partido Chega” and how its populist rhetoric has polarized perceptions about the immigrant community in Portugal.

Keywords: Immigration; Media; Inequality; Populism.

Índice

Agradecimentos	i
Resumo:	ii
Abstract:.....	iii
Introdução.....	1
Capítulo I - Populismo como bandeira de uma nova forma de fazer política	7
1.1 – O que é o populismo?	7
1.2 – Os temas	7
1.3 – Advento do Partido Chega em Portugal.....	9
1.4 – Os veículos	11
Capítulo II - Novos media – Formas de difusão de informação e desinformação	13
2.1 – Problematizando o «novo» nos meios de comunicação.....	13
2.2 – Novas plataformas de informação	14
2.2.1 – Sensacionalismos	15
2.2.2 – Impacto das tematizações sensacionalistas no incremento de novas desigualdades sociais	16
Capítulo III – A etnização da sociedade enquanto mecanismo de representação e constituição de desigualdades	19
3.1 – Etnização	19
3.2 – Papel dos media na etnicização	20
3.3 - Desigualdades sociais contemporâneas	21
Capítulo IV – Metodologia.....	25
4.1 – Metodologia	25
4.2 - Configuração do corpus empírico	26
4.3 - Análise de dados.....	28
Resultados	37
Conclusão.....	39
Referências Bibliográficas	41

Introdução

A questão dos fluxos migratórios está na ordem do dia, não só em Portugal como em todo o mundo. A temática sempre tendeu a polarizar opiniões e perceções, contudo, em consonância com os tempos atuais, extremou-se e é crescentemente um tema fraturante, que opõe ideologias e conceções sobre a política pública. (Dochow-Sondershaus & Teney, 2024). Estudos apontam para diversas razões de intensificação dessas clivagens. Por exemplo, numa análise compreensiva destes processo na classe operária, em França – onde se observa a transferência direta de votos do partido comunista para a extrema direita – Didier Eribon (2019), associa o fenómeno à dissolução, pela esquerda, do sentimento coletivo de pertença a um “grupo social mobilizado ou solidário”, que enquadrava tradicionalmente o movimento operário, e à reconstituição desse sentido de pertença a partir de um outro, desta feita “nacional: a afirmação de si enquanto ocupante legítimo de um território de que se supõe estar a ser desapossado ou expulso” (Eribon, 2019, p.140). No mesmo sentido, de acordo com José P. Zuquete (2022), uma das bandeiras cruciais associadas ao populismo do novo milénio é a “ideia da imigração massiva como a maior das ameaças à sobrevivência dos povos europeus” (Zuquete, 2022, p. 19).

Tais tendências são ainda indissociáveis do advento dos novos media, nomeadamente as redes sociais, veículo capaz de alcançar e influenciar um número considerável de pessoas. Este torna-se num dos principais fatores da fratura ideológica e perpetuação de elementos estigmatizantes e de preconceitos.

Sendo a sociedade atual caracterizada pela informação, os media assumem um papel nuclear na divulgação e transmissão de notícias, entre outros conteúdos. Os jornais, a rádio e, posteriormente, a televisão encarregaram-se da tarefa de disseminar conteúdos e notícias para um público habituado a consumir este tipo de informação, marcadamente centralizada. No entanto, estes media tradicionais, ultimamente, têm vindo a sofrer pressões crescentes para a reconfiguração da forma de “fazer notícia”, desde logo para manterem audiências, hoje

em franca competição com os meios digitais, que são difundidos a uma maior escala e de forma descentralizada (Mixão,2023). ¹

Um estudo promovido pelo Observatório Ibérico de Media Digitais, concluiu que 87% dos portugueses têm como principal fonte de informação as redes sociais (Iberifier, 2023). Ao contrário dos media tradicionais, os novos media digitais tendem a favorecer (ou, pelo menos possibilitar) a interação entre os “produtores” e consumidores de informação (Teixeira, 2020). A constante atualização de notícias (*posts, tweets*) é, também, uma das características destes novos media, que através do imediatismo e da sua fácil acessibilidade permitem que o gerador da notícia atualize em tempo real. Em certa medida, os novos media comumente designados por *media online*, permitem que qualquer utilizador possa tornar-se num “jornalista” digital, noticiando os acontecimentos de forma célere e atemporal. Todavia, este tipo de difusão de informação nem sempre é viável. A ferramenta *online* é prodiga em desinformação, e devido à falta de filtro editorial e da mediação jornalística acreditada e responsável, bem como de mecanismos que regulem a ação destes cibernautas, a disseminação de notícias falsas torna-se num dos efeitos colaterais deste tipo de informação². A ânsia de noticiar em quantidade, em detrimento da qualidade, deteriorou o valor da notícia, e com isso, a desinformação alastrou-se a vários ramos da sociedade, incluindo, o objeto da presente dissertação: o plano político.

A informação e a política estão alinhadas. Esperamos que o discurso político esteja apoiado, essencialmente, em factos e em informação correta e fidedigna. Contudo, a permeabilidade do filtro da informação, origina efeitos nefastos, nomeadamente, a reprodução de discursos políticos falaciosos (Farhall, Kate et al., 2019) Com efeito, a política, é uma área que tem vindo a ser afetada, de forma crescente e variada com o incremento de notícias falsas, muitas das quais são amplamente reproduzidas no espaço mediático, seja por disseminação ingénua veiculada por cibernautas, seja como prática política desviante que, através da utilização de meios não convencionais, abandona as normas vigentes num esforço de superar os obstáculos institucionais e atingir novas camadas de população, no quadro,

¹ Disponível em: [Media tradicionais "em declínio" devem "investir mais e melhor no online" - Renascença \(sapo.pt\)](#) Consultado a 16/06/2024

² Agência Lusa 2024. Disponível em: [Portugueses estão mais preocupados com desinformação na Internet e saturados das notícias \(lusa.pt\)](#). Consultado a 27/06/2024.

portanto de práticas e orientações de desvio “inovador” (Merton, 1970) onde os proveitos (ganhos eleitorais) se impõem aos meios.

Esta temática está hoje no centro do debate, nomeadamente pelos seus efeitos na estigmatização de minorias e polarização de posições, resultantes de práticas de recurso a informação não filtrada *fake news*, veiculadas, inclusive, por alguns dos partidos políticos ou protagonistas de relevo, entre os quais um dos pioneiros de maior destaque é o ex-Presidente dos Estados Unidos e atual candidato à Presidência Donald Trump.

Volvendo à temática central da dissertação, também, em Portugal, a discriminação e a perpetuação de noções negativas face a comunidades migrantes e minorias étnicas residentes tem sido um dos fenómenos registados com a disseminação de *fake news*. Durante várias décadas, Portugal foi conotado como um país de emigrantes, na história recente, especialmente após o término da segunda guerra mundial e, particularmente, no período de Guerra Colonial, milhares de portugueses à procura de melhores condições de vida emigraram para outros países europeus e da América do Norte. Contudo, com a Revolução de Abril, esta noção de país de emigrantes deu lugar à perceção crescente de país de imigrantes. De acordo com Góis e Marques (2018), esta indefinição relativamente à perceção dos fluxos deve-se à inexistência de uma base empírica que auxiliasse no estudo sobre as migrações e que dificultava a ação dos investigadores em balizar os picos e as quebras dos movimentos migratórios. Por conseguinte, no caso de Portugal, o país adquiriu a conotação de país de imigração devido à pouca expressão da emigração nos pós 1974, em virtude da “efetiva redução do número dos que saíram do país durante os anos 80 e 90 do século passado em comparação com os que emigraram nas décadas anteriores” (Góis e Marques, 2018, p.2).

É neste contexto pós-revolução, que os acessos a dados relativos aos fluxos migratórios registaram um crescimento exponencial. A criação de plataformas e serviços como o Serviço Estrangeiro e Fronteiras, assim como o Observatório das Migrações foram essenciais para o aceleração da investigação dos fluxos, disponibilizando dados relativos às nacionalidades dos migrantes, faixa-etária, género, etc. Neste período, que coincidiu com a descolonização dos territórios em África, registou-se uma imensa imigração proveniente do continente africano (sobretudo das ex-colónias) e do continente europeu - Até finais dos anos 80 estes dois segmentos representavam 76,6% dos imigrantes residentes em Portugal.

Com a entrada de Portugal na CEE, em 1986, a política migratória ajustou-se às diretrizes europeias. Com efeito, em 1991, Portugal integra o Espaço Schengen e, em 1995, as fronteiras

internas são suprimidas, dando origem a uma nova reconfiguração dos fluxos migratórios (Baganha e Peixoto, 2000). Este período, que os autores denominam por “fase comunitária europeia”, aumentou significativamente o acesso de cidadãos da União Europeia ao mercado laboral português.

Posteriormente, já no início do século XXI, verificamos um incremento de europeus do Leste a residirem em Portugal e um aumento considerável da comunidade brasileira. (Góis e Marques, 2018, p.3). Assim, apesar da diversificação de fluxos as pessoas provenientes de países do espaço Lusófono (Brasil e PAOLOP) permanecem no topo das estatísticas sobre presença de populações imigrantes em Portugal (Brasil, Angola, Cabo-Verde são as três primeiras comunidades). (OLIVEIRA, Censos, 2021)

Não obstante, no final da última década, assistimos a um novo êxodo proveniente da região do Indostão, nomeadamente Nepal e Bangladesh, sendo estas últimas duas comunidades, alvo de muitas críticas por parte dos nativos, que avaliam negativamente a sua presença. As críticas partem essencialmente pelo *modus vivendi* destes imigrantes que contribui para intensificar traços de contraste étnico-cultural – o vestuário, a alimentação, os costumes em geral e a pouca proficiência da língua portuguesa são alguns dos traços de maior contraste étnico (Machado, 2002). Estes fluxos contribuem para ampliar e diversificar os perfis dos migrantes em Portugal, “descentrando-os do espaço lusófono” de onde provinham os maiores contingentes de imigração (Pires, 2003; Rodrigues & Cruz, 2013).

Apesar de a comunidade imigrante, de um modo geral, sofrer com situações de discriminação e xenofobia, ultimamente, com o advento de partidos políticos com ideologias que priorizam o nacionalismo e a identidade do país, têm ecoado situações de extrema gravidade que envolvem estas comunidades – situações essas replicadas um pouco por toda a Europa, atualmente.

A agudização das desigualdades, nomeadamente as que se constituem de forma sistémica e cumulativa nas interceções entre classes, rendimentos, etnicidade e territórios (Mauritti et al. 2019), caracterizam hoje a sociedade portuguesa, cada vez mais polarizada e fraturada ao nível de ideologias e valores. Esta crescente polarização de posições face a questões como a coexistência étnica e multicultural numa sociedade globalizada, tem fomentado discursos inflamados e corrosivos que contribuem para a conotação pejorativa da década 20 do século XXI, comumente designada por “década do ódio” (VICE, 2021).

As desigualdades sociais assumem várias formas e configuram-se de diversas maneiras. Uma das teorizações que visam justificar esta intensificação das desigualdades relaciona-as com o fenómeno da globalização (Qureshi, 2023): A globalização, segundo esta teorização, é prejudicial devido à concentração desigual dos recursos financeiros, onde os grandes grupos económicos e regiões acumulam grande parte destes recursos, relegando a restante população para uma condição de desvantagem (Tilly, 2005; Milanovic, 2023; Piketty, 2013). Esta concentração díspar de recursos reforça a ideia de perpetuação das desigualdades impossibilitando a mobilidade social, que por sua vez, originará experiências e perceções de desigualdade nas condições de vida e de participação social entre populações que coexistem no mesmo espaço social (OCDE, 2018).

É nesse sentido, que o presente texto tem como objetivo retratar as atuais tendências e perceções relativas à comunidade imigrante em Portugal e responder à questão de partida: *Qual o papel dos novos media na difusão de discursos populistas que perpetuam as desigualdades nas comunidades imigrantes em Portugal?*

Desse modo, o texto encontra-se organizado da seguinte forma: Num primeiro capítulo serão analisados o populismo e as suas origens (os temas e os veículos). No segundo capítulo, analisa-se o advento dos novos media e a importância que estes assumem na difusão de informação na atualidade. Em seguida, são problematizados os riscos associados aos novos media, nomeadamente, o perigo da desinformação, especialmente quando disseminada por atores políticos com posições de relevo na representação partidária. Posteriormente, será aferido a relação entre a desinformação e as desigualdades na perpetuação de elementos estigmatizantes na comunidade imigrante. A informação substantiva trabalhada neste estudo tem por base análise de discurso publicado de forma aberta na plataforma digital «X». O corpus empírico delimitado focaliza discursos extremados protagonizados por atores representantes de um dos novos partidos emergentes em Portugal, com representação parlamentar, nomeadamente o Partido Chega. De acordo com os objetivos definidos, enfatiza-se tematicamente discursos narrativos de populações migrantes., procurando identificar diferentes dimensões discursivas que visam a diabolização e a construção de sentimentos de ameaça face a essas comunidades.

Capítulo I- Populismo como bandeira de uma nova forma de fazer política

1.1 – O que é o populismo?

É comum ouvirmos o termo populismo de modo a identificar práticas de atores políticos com pretensões de ganhos eleitorais. Na sua forma elementar o populismo assume-se como a oposição entre as elites governantes e o povo (Mangstet et al., 2019). Esta polarização da sociedade instrumentalizada por atores políticos, não assume, necessariamente, uma posição ideológica, embora, nos últimos anos, o termo seja associado a movimentos de direita, sobretudo com o surgimento de personalidades como Donald Trump, Jair Bolsonaro, André Ventura, entre outros – o populismo pode ser instrumentalizado tanto por movimentos de direita, assim como, movimentos de esquerda. O método poderá assumir diferentes configurações, contudo, a finalidade será, invariavelmente, obter ganhos eleitorais.

O termo tornou-se indissociável da “infâmia” (Zuquete, 2022, p.11) a uma conotação pejorativa, sinónimo de manipulação. A propósito, José Pedro Zuquete interpela este significado quase insultuoso do termo populismo: sendo a democracia o regime político assente no povo, porque é que existe tanta ostracização face ao populismo? – esta questão revela a relação paradoxal entre o populismo e a soberania popular, onde as críticas ao populismo revelam-se, intuitivamente, como críticas à possibilidade de democracia.

1.2 – Os temas

Os temas atuais mais presentes nos discursos populistas envolvem, sobretudo, questões como o nacionalismo e o seu reverso como a imigração, bem como outros temas fraturantes ligados, nomeadamente, ao *direito à vida* (o aborto, a eutanásia, a procriação medicamente assistida, etc.). Contudo, as primeiras ondas populistas surgiram no final do século XIX com o movimento extremista de esquerda *narodniki*, na Rússia, que exaltava o socialismo e o igualitarismo sob a forma de populismo agrário (Zuquete, 2022, p.15). Mas, foi nos Estados Unidos que surgiu o primeiro partido marcadamente populista o *American People's Party*, fundado em 1892. O partido nasce em forma de oposição ao duopólio democratas/republicanos. As principais reivindicações dos POPS – designação que identifica os membros do partido – passavam, essencialmente, pelo controlo do capitalismo sob a forma de uma maior política redistributiva,

maior justiça económica e social e um “maior papel para o Estado e pela literacia e educação das massas” (Zuquete, 2022, p.16).

Esta primeira vaga norte-americana chegaria ao sul do continente em meados da década de 30 do século XX. Regimes populistas como o Velasquismo, no Equador, o Peronismo, na Argentina ou o Vargasismo, no Brasil adotaram todos o mesmo mecanismo de mobilização de massas, que segmentavam a sociedade entre os “excluídos, os alienados, os mais pobres” e a elite “corrupta e antipatriótica” (Zuquete, 2022, p.16)

De igual modo, assistimos neste período, à preponderância dos meios de comunicação, principalmente rádio e cinema que representavam estes movimentos populistas como uma reprodução do povo pois ocupavam espaços públicos como as ruas, em detrimento das instituições que marcavam o poder político.

Posterior a esta vaga populista mais esquerdista, surgiu um novo tipo de populismo, desta vez de direita, ou como Zuquete declara, de defesa de políticas económicas que visam reduzir a influência do Estado, cortando na despesa pública e incentivando a iniciativa privada e o mercado livre. Nesta nova vaga, notabilizaram-se Alberto Fujimori, no Peru, e Carlos Menem, na Argentina, que se caracterizavam pelo estilo fortemente anti partidário e antipolítico.

Entretanto, na década de 70 do século XX, surge uma nova vaga, cujas diretrizes perduram até aos dias de hoje. Nesta década assistimos, um pouco por toda a Europa, ao populismo de extrema-direita, em que a figura de Jean-Marie Le Pen (Le Pen-pai), que levou para a agenda mediática discursos de diabolização de comunidades imigrantes em França, assumindo que a supressão das fronteiras e a imigração são os maiores problemas colocados ao país (Lahoz, 1994). Os ataques de Le Pen, pelo menos no seu período de maior intervenção política, dirigiam-se maioritariamente para comunidades muçulmanas, africanas e judaicas.

Em Portugal, a vaga populista surge, inicialmente, no século XX com uma índole militar (Zuquete, 2022, p.99). Num período conturbado que foi a Primeira República, Sidónio Pais subiu ao poder após um golpe de estado que depôs o governo. A ação populista de Sidónio é notada logo no dia do golpe, onde o então novo Presidente da República afirma que aquele foi protagonizado por “um movimento feito por um grupo de homens alheios a partidos políticos. (...) “Consequentemente, tenho hoje a hostilidade declarada das esquerdas ao mesmo tempo que a falta de apoio das direitas” (Zuquete, 2022, p.103). Esta posição de antagonismo face às elites governamentais, tanto à esquerda como à direita, é reveladora do

caráter populista de Sidónio, que rapidamente conquistou as massas, apelidando o regime que lidera de “ideia nova”.

Para além deste caráter social, representado através de ações junto das massas (ou do «povo»), uma das características do populismo passa pela apresentação do líder popular. No caso assinalado, Sidónio adotou um estilo marcial como refere Zuquete, trajando, por norma, o seu uniforme militar em oposição às vestes “grosseiramente burguesas” do regime. Esta encenação popular por parte de Sidónio retrata todas as dimensões do populismo e como é concebido até aos dias de hoje: discursos extremistas que reivindicam a desvinculação institucional no sistema partidário estabelecido; a reivindicação da soberania do povo, a encenação através da adoção de vestuário e símbolos que acentuam a dissociação ao sistema vigente.

1.3 – Advento do Partido Chega em Portugal

Entretanto, houve vários movimentos de índole populista em Portugal, contudo, nenhum atinge a encenação e impacto que hoje observamos no Partido Chega, o qual num espaço de apenas cinco anos se tornou na terceira maior força política do país.

Fundado em 2019, o Chega surge no panorama político português autointitulando-se como um “partido antissistema” (Carbonaro, 2023). Alavancado pela figura do seu atual líder e presidente do partido, André Ventura, uma figura conhecida das televisões portuguesas, com presença assídua em programas de debate desportivo³, o que facilitou o seu reconhecimento pelas populações (Palma, et al. 2021).

“Como o próprio conta ao Observador, “tudo começou na Benfica TV” em 2014, quando passou dos artigos de opinião sobre o clube para o comentário desportivo. No mesmo ano foi convidado pela CMTV para participar num programa sobre justiça “Rua Segura”. A verdadeira notoriedade seria conquistada nesse canal, quando se tornou comentador no programa de futebol “Pé em Riste” (de onde saiu em 2020 por “decisão editorial”). (Palma et al. P.2)

André Ventura encarna a figura do “português comum”, verbalizando sem receio o que muitas pessoas pensariam em silêncio (Zuquete, 2022, p.227). A capacidade de debate e o discurso eloquente, experimentado nos comentários de futebol, tornaram-se uma das suas grandes marcas, facilitando que adquirisse a reputação de político corrosivo e dado ao confronto: “(...) que não só transgredia o guião oficial e politicamente correto dos políticos do sistema, como

³ André Ventura fez parte do painel do programa televisivo da CMTV “Liga d’Ouro”.

o fazia ao estilo de qualquer um de nós, de peito feito, em voz alta e a apontar o dedo, provocando, ridicularizando através da ironia e do humor e até insultando adversários políticos, para horror do meio mediático e político.” (idem, ibidem). O crescimento do Chega coincide, de igual modo, com o advento dos novos media na política, particularmente, a rede social Twitter (atualmente «X»), que se tornou num púlpito digital onde os políticos dissertavam diretamente para as massas.

A oposição de André Ventura às elites fazia-se sentir nas posições do mesmo sobre o número de deputados na Assembleia da República, onde o líder, e então deputado único do Partido Chega, propunha a redução do número de deputados, a introdução de multas no sistema político, bem como o fim das subvenções políticas para políticos condenados (Zuquete, 2022, p.227).

Outra característica do populismo, bem orientado, de André Ventura é a sua aproximação e referência a símbolos nacionais da história portuguesa, assumindo-se como “salvador e restaurador de Portugal”, traduzido numa mensagem forte, onde o próprio assume que “foi Deus que lhe atribuiu a missão de mudar Portugal” (Costa Teixeira, 2024). A simbologia mitológica de Ventura continua com as suas diversas alusões a Francisco Sá Carneiro, ex-primeiro ministro português que faleceu num acidente aéreo, sobre o qual permanece um sentimento de saudosismo pelo seu trabalho inacabado enquanto governante, onde André Ventura afirma:

“Não sei se é reencarnação ou não, mas que sinto dentro de mim o espírito de Sá Carneiro, sinto!” (...) “Quero terminar a obra que ele começou, a reconstrução de Portugal!” (cit. em Zuquete, 2022, p.230).

Como tem sido apanágio do populismo de direita, para além da antagonização face às elites governamentais, Ventura contribui para fragmentar a sociedade portuguesa ao introduzir no léxico político o termo “Portugueses do bem” – expressão com conotação moral, através da qual distingue os portugueses cumpridores e incumpridores. Ainda antes da criação do Partido Chega, Ventura, então candidato à Câmara Municipal de Loures pelo PSD, tem como uma das suas bandeiras a questão da subsidiodependência e o “parasitismo”, descritivos da comunidade cigana (Zuquete, 2022, p.231).

1.4 – Os veículos

Toda a propaganda populista necessita de um catalisador. Neste sentido, os media e o populismo assumem uma relação biunívoca, onde os populistas utilizam os meios de comunicação para disseminar as suas mensagens e os meios de comunicação abordam os populismos (Palma et al. 2021; Zuquete, 2022). Os media assumem um papel “farsante” nesta relação com os populismos, pois aproveitam para dar cobertura aos mesmos, apesar de os conotarem negativamente (Zuquete, 2022, p.37).

No pós-25 de abril, em Portugal, a comunicação populista teve na televisão e na rádio os seus grandes promotores e disseminadores (Palma et al., 2021). E a verdade é que começam também por ser o primeiro veículo de disseminação do populismo, A presença constante de comentários e posições de oposição ao discurso, facilita a divulgação e familiarização da população em geral com a nova forma de fazer política. Assim, “a mensagem populista ser recebida, tratada e interpretada de forma hostil, quer por editoriais, quer por comentadores, não tem uma importância significativa, visto que esta inimizade acaba por ser amiga dos populistas, ao permitir que estes deslegitimem os media, associando-os às elites” (Zuquete, 2022, p.38). Mas, ao mesmo tempo, essa hostilização contribui, para a necessidade dos populistas procurarem novas formas de comunicação não centralizadas, como ocorre no caso dos media tradicionais.

Capítulo II- Novos media – Formas de difusão de informação e desinformação

2.1 – Problematizando o «novo» nos meios de comunicação

É imperativo iniciar o presente texto respondendo à questão, *o que são os novos media?* – A sua definição ainda sofre de algumas imprecisões, pois os media tradicionais ou “velhos” foram outrora considerados novos. A televisão e a rádio no início da década de 60 do século XX foram revolucionários (Chun, 2006, p.1). A análise de Wendy Chun, na sua obra *“New Media Old Media: A History and a Theory Reader*, retrata muito do que é esta imprecisão na divisão entre os media tradicionais e novos. A autora questiona o termo pois entende que o “novo não deve ter precedentes, deve romper com o quotidiano, e, portanto, deve ser difícil, se não impossível de descrever” (Chun, 2022, p.3). Existe uma forte ideia de que o termo «novo» é equivalente a «melhor» (Lister, et al 2009, p.11). Esta conotação advém das crenças modernistas que advogam o progresso social proporcionado pela tecnologia. Esta ideia, levantada sobretudo no século XX, dificulta a divisão entre os dois termos tradicionais/novos.

Na presente pesquisa, adotamos na referência aos «novos media», o conceito proposto por Joe Cote (2023⁴), no artigo redigido para a *Southern New Hampshire University*, segundo qual os novos media remetem para a partilha de conteúdos nas novas plataformas digitais: desde artigos de notícias, blogs e podcasts. O autor utiliza a expressão “novas formas de comunicação no mundo digital”, que têm como principal veículo a internet.

De acordo com um estudo promovido pelo observatório Iberifier, em Portugal, os novos media são a principal fonte de informação dos portugueses (OIMD, 2023⁵) - representam cerca de 87% os inquiridos que têm acesso à notícia através das redes sociais, na Internet.

⁴ Disponível online em: [What is New Media? | SNHU](#)

Consultado a 12/06/2024

⁵ Disponível online em: [Redes sociais são principal fonte de informação em Portugal, diz Observatório Iberifier – Observador](#)

Consultado a 12/06/2024

2.2 – Novas plataformas de informação

Uma das características dos novos media passa pela sua fácil acessibilidade e consequente absorção de conteúdo por parte de um público que consome “religiosamente” a informação que disponibilizam. Com a produção descentralizada de conteúdos, em contraste com a forte centralização dos media tradicionais que passam por um processo de filtragem rigoroso, os novos media assumem a particularidade de não integrarem nenhuma entidade estatal que monitorize o tipo de informação transmitida, proporcionando assim, aos criadores de conteúdo digital, liberdade de difundirem qualquer tipo de comunicação. Esta vantagem “criativa” arca especial importância no público-alvo destes criadores de conteúdo ⁶(Schleffer e Miller, 2021)

Exemplo dessa reconfiguração dos meios de comunicação é a plataforma digital de vídeo *YouTube*, que contém milhões de criadores dos mais variados conteúdos, os quais atraem um grande público de “*Youtubers*”, localizados, literalmente, em qualquer parte do globo, e com também características muito diversas. A métrica utilizada de modo a aferir a popularidade de um criador de conteúdo são o número de subscritores no canal e as visualizações. A plataforma assume, aos dias de hoje, grande importância na influência e difusão de ideias que abrangem audiências que reproduzem no quotidiano noções nela apreendidas (Saymon, 2023).⁷

Também os atores políticos encontram nessas plataformas uma nova forma de fazer política, independente dos meios de comunicação tradicionais, que possuem um forte fator centralizador, possível de condicionar as mensagens dos políticos. Barack Obama, aquando da sua campanha eleitoral, em 2008, ainda nos primórdios das redes sociais, foi dos primeiros a utilizar plataformas digitais. O mesmo é observado nas presidenciais francesas de 2017, com Emmanuel Macron, embora, este percebendo que os meios de comunicação tradicionais, apesar de enfraquecidos, continuariam a ter um grande alcance na população, acabou por utilizar as duas plataformas para disseminar a sua mensagem (Zuquete, 2022, p.39).

⁶ Disponível online em: [The Political Effects of Social Media Platforms on Different Regime Types - Texas National Security Review](#)

Consultado a 24/06/2024

⁷ Disponível em: [The Rise and Influence of YouTube: From Video Sharing to Cultural Phenomenon | by MD Sale Ahammed Saymon | Medium.](#)

Consultado a 24/06/2024.

2.2.1 – Sensacionalismos

O aparecimento de *Youtubers* e analistas políticos na «X», comumente designados como influenciadores digitais, tem um grande efeito na perceção política das pessoas (Peter e Muth, 2023), particularmente, nas faixas-etárias mais jovens, que vão descurando os meios tradicionais e optam por consumir conteúdo mais simplificado e de fácil absorção

“Os influenciadores são particularmente eficazes na criação de engajamento com a população mais jovem, que muitas vezes está desencantada com as formas tradicionais de política (...) Ao apresentar conteúdo político mais relacionável e digerível, os influenciadores podem aumentar a participação política entre os jovens eleitores, que são cruciais para moldar políticas e eleições futuras.” (Kiran V, 2024) ⁸.

De igual modo, estes influenciadores funcionam, frequentemente, como “caixa de ressonância” e veículo de notícias com impacto na mobilização de eleitorado por partidos políticos, alegadamente mitigando o recurso a “tecnicismos”, presentes nas notícias veiculadas nos media tradicionais (Spring, 2024).⁹

É nesse sentido que, mesmo nos meios tradicionais, os canais cuja informação jornalística se baseia em sensacionalismos são os mais consumidos pelo público – por exemplo, Correio da Manhã ou CMTV, no caso português (Caroline de Almeida e Ilo Alexandre, 2021). Tal confirma que o sensacionalismo é vendável e atrativo ao cidadão. Na língua digital, a palavra do sensacionalismo dá lugar ao *clickbait*, uma estratégia de comunicação *online* que procura, com a utilização de títulos sugestivos, frequentemente não verificados, atrair pessoas criando engajamento no espaço virtual – com repercussões potenciais na participação cívica e política na sociedade. Esta estratégia tem o seu equivalente no uso de manchetes sensacionalistas em jornais impressos como forma de persuasão ao consumo.

⁸ Disponível em: [Rise of Social Media Influencers in Politics - Political Marketing Strategy Consultant \(politicalmarketer.com\)](https://politicalmarketer.com/). Consultado a 05/07/2024.

⁹ Disponível online em: [Social media makes young people accidental election influencers](#)
Consultado a 05/07/2024

2.2.2 – Impacto das tematizações sensacionalistas no incremento de novas desigualdades sociais

Um dos riscos dos novos media passa pela deficiente filtragem da informação difundida. A disseminação, por vezes, deliberada de informação falsa com o objetivo de manipular percepções e a opinião pública, tornou-se num dos riscos destes media *online*.

Rumores, teorias da conspiração e desinformação sempre existiram. (Wardle e Derakhshan, 2017, p.10). Embora os media tradicionais também contribuam para a difusão de notícias falsas e rumores de modo a criarem impacto coletivo, o advento dos novos media e em particular das redes sociais atingiram níveis inesperados de desinformação. (Wardle e Derakhshan, 2017, p.10). A proliferação de conteúdo marcadamente incorreto levantou questões acerca da veracidade das plataformas *online*. O seu carácter descentralizado e desprovido de verificação analítica possibilita o incremento de comunicação prejudicial para indivíduos, empresas, sendo que, poderá acarretar consequências económicas, assim como, psicológicas.

A rapidez na criação de uma conta *online*, principalmente em plataformas como o X, *Facebook* e *Youtube*, aumenta consideravelmente o risco deste tipo de informação. A publicação de comunicação com fontes infundadas é caracterizadora das redes sociais, cujo algoritmo premeia os números (visualizações, gostos) em detrimento da qualidade da informação.

A propagação deliberada deste tipo de conteúdo, popularizada também com o termo *fake news*, tem um grande impacto na atuação política dos seus atores, que, eventualmente, podem ser perpetradores desta desinformação (Saymon, 2023).

Uma das figuras proeminentes da política portuguesa atual é André Ventura, líder do Partido Chega. Ventura, em uma entrevista ao Porto Canal, afirma que os jovens procuram informação de uma forma diferente e que o novo mundo de comunicação custa à esquerda e ao *status quo*: “(...) eles não me controlam. Habituar-se a controlar algumas televisões, alguns jornais. A só sair o que eles querem. Ora, este novo mundo é diferente. Isto não é de esquerda nem de direita. É uma questão de se comunicar diretamente com os eleitores”. Embora o líder do Chega corrobore a ideia de que a informação difundida sofreu uma reconfiguração digital e que os novos media são, hoje, o melhor meio para comunicar com a população, Ventura, é investigado pelo Ministério Público por divulgação de notícias falsas

enquanto líder do Chega (DN, 2023).¹⁰ A acusação prende-se na alegada divulgação de informação imprecisa e fora do contexto. Um dos exemplos desta disseminação falsa de informação por parte do líder do Chega que foi reproduzida pelo seu eleitorado, é o caso da Jornada Mundial da Juventude realizada em Lisboa, que mobilizou milhões de pessoas de vários países e onde André Ventura publicou na sua página oficial do X uma imagem que continha a seguinte mensagem: *“Milhares de inscritos na JMJ desaparecidos. ‘Imigração ilegal’, diz especialista. Milhares de pessoas de África e Médio Oriente utilizaram a JMJ para imigrar para Portugal e outros países da Europa”*. No entanto, esta imagem teria sido manipulada, porque, embora a imagem apresente um *layout* do site de notícias Renascença, segundo o diretor-geral, o conteúdo é falso *“O layout tem semelhanças, mas o tipo de letra não é o nosso, apesar de muito parecido. E o conteúdo também não é nosso.”* (Observador, 2023).¹¹

O líder do Chega, ainda no passado mês de junho (2024), publicou na sua página oficial da rede social X, uma imagem adulterada de um *outdoor* com João Cotrim Figueiredo, na altura candidato às Europeias, onde se lia *“Costa na Presidência do Conselho Europeu? – com Cotrim sim”*, sugerindo o apoio do partido Iniciativa Liberal a António Costa. Porém, o *fact-checking* da rede social «X» rapidamente desmentiu o líder do Chega, acusando-o de deliberadamente adulterar a imagem. A imagem correta lê *“Portugal mais competente na Europa? – com Cotrim sim”*.

Esta é uma prática comum, nomeadamente no ramo da política. A divulgação premeditada de informação falsa por parte de atores políticos que visam antagonizar um grupo, estrato social e promover a perpetuação de estigmas e preconceitos. Voltando à questão sobre a JMJ, a produção desta imagem poderá não ter sido da autoria de André Ventura, mas, tendo em conta a sua posição de relevo no panorama político português e o mediatismo que o mesmo promove, esta ação ameaça a confiança nas instituições (Vosoughi et al., 2018). André Ventura, certamente, não será o único a difundir comunicação falsa de modo a manipular o seu eleitorado, porém, segundo dados relativos do jornal português de

¹⁰ Disponível em: <https://www.dn.pt/politica/ministerio-publico-investiga-divulgacao-de-noticias-falsas-pelo-lider-do-chega-16894055.html/>. Consultado a 01/07/2024.

¹¹ Disponível online em: [Fact Check. Milhares de inscritos na Jornada Mundial da Juventude estão desaparecidos? – Observador](#)
Consultado a 02/07/2024

Fact-Checking, o Polígrafo, o líder do Chega é o que mais difunde notícias enganosas contabilizando mais de 101 imprecisões à data de 28 de março de 2024. (Polígrafo, 2024). ¹²

A percepção da comunidade imigrante em Portugal tem sofrido com esta desinformação veiculada nas redes sociais. As narrativas marcadamente xenófobas e preconceituosas têm repercussões nas percepções distorcidas face às minorias étnicas, que são percecionados pela população nativa como criminosos, subsídio-dependentes etc. Para além do mais, quando difundidas por uma figura mediática, que tem a responsabilidade social e ética de informar corretamente a população, estas têm um impacto ainda maior. Recentemente, em Portugal, com o aparecimento de grupos nacionalistas que advogam pela soberania étnica no país, têm sido recorrentes a exposição em páginas de internet de mensagens de ódio a imigrantes e promoção de políticas racistas. (Público, 2024). Estas ações de ódio digital têm extrapolado para vias de facto, onde no passado mês de maio, um grupo de imigrantes, na sua maioria indostânicos, foram agredidos na cidade do Porto alegadamente por membros de grupos nacionalistas. (DN, 2024). ¹³

¹² Disponível online em: [André Ventura era crítico das “fake-news” em 2017 mas já mentiu pelo menos 101 vezes desde que é deputado? – Polígrafo](#)

Consultado a 05/07/2024

¹³ Disponível online em: [Todos os suspeitos da agressão a imigrantes no Porto são portugueses](#)

Consultado a 05/07/2024

Capítulo III – A etnização da sociedade enquanto mecanismo de representação e constituição de desigualdades

3.1 – Etnização

A Etnização é um processo de cultura de consolidação e disseminação de desigualdades, intensificando-as nas suas causas e efeitos. A “raça”¹⁴ estrutura a divisão capitalista do trabalho. (Fraser, 1997, p.41) Esta relação étnico-laboral dispõe as minorias étnicas nos segmentos laborais mais precários, pior remuneração e condições insalubres, enquanto os “brancos” integram maioritariamente trabalhos profissionalizados, colarinho branco e de *status* elevado. (Fraser, 1997, p.41)

Esta noção, segundo Fraser, advém de um legado histórico de colonialismo e escravidão que estabeleceu uma categorização racial de modo a legitimar novas formas de apropriação e exploração. A “raça” para a Fraser também estrutura o acesso aos mercados de trabalhos, onde as minorias étnicas, ou como o autor refere “não brancos” constituem uma subclasse ou “subproletariado degradado e ‘supérfluo’, indignos até mesmo de serem explorados e excluídos do sistema produtivo como um todo” (Fraser, 1997, p.42)

Apesar de Fraser apresentar no seu texto o termo “divisão racial do trabalho”, em função da “raça”, o conceito da etnicização da profissão é desenvolvido em Portugal sobretudo no início do século XXI e relaciona esta segmentação étnica com o mercado de trabalho. Por etnicização entende-se a segmentação laboral por nacionalidade (Baganha et al., 2000), capaz de atrair imigrantes com perfis qualificacionais baixos para a base do mercado de trabalho (Góis e Marques, 2007, p.20), assim como, atrair imigrantes qualificados para o topo do mercado de trabalho.

Este mecanismo, solidificado com a perpetuação de estigmas, impossibilita uma maior mobilidade social (Góis e Marques, 2018, p.13) dando origem a “sistema de redes sociais concêntricas em torno de alguns pares profissões/nacionalidades (e.g. armador de ferro/guineense; subempreiteiro/cabo-verdiana; lojista/brasileira; trabalhador rural/nepalesa) como com uma estrutura segmentar do mercado de trabalho nacional que por xenofobia,

¹⁴ O autor utiliza maioritariamente o termo “raça” em detrimento dos termos etnicidade ou nacionalidade.

racismo ou discriminação não permite o acesso a estrangeiros a algumas profissões ou carreiras profissionais.” (Góis e Marques, 2018, p.12)

Esta categorização social, não se trata de uma casualidade. Este é um fenómeno, já com trabalho empírico, que prova que a ocupação de determinadas funções laborais por grupos étnicos específicos remete para uma condição de discriminação estrutural continuada - *etnicização* da profissão.

3.2 – Papel dos media na etnicização

Sónia Pires, aborda esta questão no texto “A etnicização da Imigração na imprensa portuguesa”, onde, a autora, expõe o papel dos media na perpetuação de preconceitos e estereótipos. A análise da autora cobre os anos 1993-1996 de três jornais “Público”, “Correio da Manhã” e “Expresso”. Apesar de datado, este estudo demonstra que várias peças jornalísticas, recorrentemente, utilizam expressões como “pobres”, “degradados”, “autênticas ilhas étnicas”, “bairros sociais”, “guetos” de modo a representar de forma pejorativa as minorias étnicas, neste caso em particular, a comunidade PALOP. “(...) discursos jornalísticos, permite constatar que, ao longo da construção semântica das peças, não houve uma comparação com estratos populacionais não africanos, o que sugere uma evidente construção pobreza/africanos e/ou imigrantes”. (Pires, 2002) Estas noções foram construídas ao longo dos anos, e, inconscientemente, tornaram-se enraizadas na sociedade.

Os media tradicionais, por norma, têm a função e a obrigação de mitigar esse tipo de estereótipo, mas, existem desvios a esta regra. Nos novos media, pelo carácter descentralizado, é difícil monitorizar o que é propagado. Uma simples peça jornalística que realce o papel preponderante do ‘imigrante’ em setores como a construção, agricultura, serviços de transporte, inconscientemente, perpetua a condição destas comunidades, como se fossem necessários “apenas” para aqueles ramos.

É nesse sentido que, os media tradicionais, assumem, frequentemente, uma importância extrema no combate à desinformação, mas, involuntariamente, reproduzir mensagens estigmatizantes de populações imigrantes. As representações feitas a estas comunidades, quase ao longo de 30 anos, como estudado pela Sónia Pires, demonstram o impacto dos canais de informação na perceção (Pires, 2002, p.255) O uso de expressões de índole pejorativa e a demonstração de necessidade/importância dos imigrantes em setores laborais precários

contribuem para o incremento de etnias estereotipadas e sem perspectivas de mobilidade social ascendente.

3.3- Desigualdades sociais contemporâneas

A perpetuação de estigmas e preconceitos produzem novas situações de desigualdade. Normalmente, esta noção é manifestada em países que albergam grandes comunidades imigrantes.

Uma das razões para esta perpetuação, ou melhor dizendo, durabilidade das desigualdades pode ser entendida pela diminuição da eficácia dos processos que outrora promoviam a igualdade. (Lamont, 2019, p.5). Estes mecanismos, estimulados principalmente no Ocidente no século XX, atuaram em áreas como a educação, onde assistimos neste período uma expansão da educação em massa; estímulos ao êxodo rural que permitiam a população de integrar a sociedade e políticas sociais que ajudaram na mitigação das desigualdades excessivas com a redistribuição da riqueza dando origem a um forte estado social.

Este crescimento da desigualdade segundo Tilly também é resultante das crescentes categorizações dicotômicas como (branco/negro, imigrante/nativo, homem/mulher). Estas diferenciações com base em dicotomias biológicas, que operam em meios como escolas, sindicatos e políticas, são produzidos de modo a segregar socialmente estas comunidades. (Lamont, 2019; Tilly, 1998).

Lamont identifica no seu texto os mecanismos de intensificação das desigualdades e como estes podem ser perpetuados: Avaliação, legitimação e deriva política. O autor enuncia a “Avaliação” como o processo perpetuador dessa desigualdade através da apreciação injusta de bens e pessoas. Esta apreciação, por norma, tende a favorecer os topos hierárquicos, negligenciando os fatores que as legitimam. Estas apreciações legitimadas pelas instituições, que as normalizam e abordam-nas como meritocráticas, descurem as condições em que estratos sociais mais baixos se encontram à partida. A “Deriva política” um elemento crucial nesta perpetuação, pois, relega os grupos sociais mais baixos a condições de maior vulnerabilidade com a ausência de políticas públicas que consigam mitigar estes processos (Lamont, 2019).

Estas desigualdades têm efeitos onde se intercetam as relações de etnicidade, classes sociais, para além, de outras componentes distributivas como rendimentos e educação entre

outras. A análise destes diferentes fatores é imperativa para a compreensão das configurações da desigualdade contemporâneas. (Costa & Mauritti, 2018, p. 110).

Por via de regra, atribui-se à classe social como elemento estigmatizante e diferenciador (Bourdieu, 1983, p. 80-81). O sociólogo francês, na sua obra *La Distinction*, alude aos diferentes tipos de capital e introduz o conceito de *habitus* e campo social. Por *habitus* entende-se as disposições permanentes e internalizadas dos indivíduos em função da sua classe social, exteriorizada a partir dos seus comportamentos e ações. Já o campo social é o espaço onde essas diferenças são exteriorizadas. Este campo é altamente sectorizado resultante do posicionamento de cada agente no espaço (Bourdieu, 1983).

Esta ideia obrada por Bourdieu, corrobora a análise apresentada por António Firmino da Costa e Rosário Mauritti em “Classes sociais interseções de desigualdades”. De acordo com o texto, a intensificação das desigualdades na sociedade contemporânea, ainda, constitui um problema. Para tal, tornou-se imperativo a criação de mecanismos que estudassem e analisassem este fenómeno. Desse modo, a elaboração de uma matriz de classes foi essencial para uma melhor compreensão desta segmentação. O instrumento desenvolvido por Almeida, Costa e Machado (ACM), integra variáveis relativas ao emprego, designadamente a profissão e a situação do indivíduo perante a mesma. (Costa & Mauritti, 2018, p. 112).

Diferentes teóricos teorizam as desigualdades sociais de diferentes formas. Para além dos autores enunciados, as obras de Marx, Weber e mais recentemente os trabalhos de Piketty e Milanović são igualmente relevantes na análise das desigualdades, pois revelam como estas foram, e continuam a ser, interpretadas ao longo dos anos – a teorização de Marx relativa à concentração do capital nas elites na obra “O Capital” é importante no entendimento deste tópico pela criação de uma base teórica que sustenta, até aos dias de hoje, a estratificação social. Já Piketty, na obra “O Capital no Século XXI” descreve a evolução das desigualdades de rendimento, propondo políticas de redistribuição de modo a mitigar estas desigualdades (Piketty, 2013).

Quanto a Milanović, o autor trata essencialmente questões referentes às desigualdades globais, dando destaque à análise económica entre países. Milanović aborda também como a Globalização beneficiou as elites *“Isso pode ser especialmente relevante para o período da globalização, quando podemos querer estudar os ganhos absolutos da globalização (...) a curva de incidência do crescimento global absoluto durante os últimos trinta anos foi*

fortemente inclinada para cima, indicando que os ganhos absolutos foram pró-ricos, mesmo que os ganhos relativos muitas vezes não fossem.” (Milanovic, p.31-32, 2022).

No caso português, as diferenças salariais, particularmente se compararmos os nativos com a população imigrante em Portugal, são significativas. A assimetria social traduz-se numa assimetria remuneratória, onde o imigrante, por norma, se encontra numa posição desfavorecida, dificultando a mobilidade social ascendente (Oliveira, 2022).

É importante referir que, a condição de imigrante não pressupõe desde logo que o indivíduo esteja comarcado a uma situação de precariedade, todavia, é um fator condicionante, mais ainda caso seja um imigrante não europeu, pois para além da fraca proficiência da língua e dos costumes portugueses, carrega ainda um leque de preconceitos enraizados que os colocam num grupo paralelo aos nativos (van Enk, et al., 2022)

Esta questão da condição socioeconómica dos imigrantes nos países europeus tem recebido nos últimos anos especial atenção devido à vulnerabilidade social apresentada por muitos imigrantes e a escassa proteção social que muitos enfrentam nos países de acolhimento. A ‘guetização’ é um fenómeno cada vez mais recorrente em vários subúrbios das grandes cidades, onde grupos de imigrantes se encontram afastados dos nativos, mantendo os seus costumes, tradições e língua.

Desse modo, e tendo em conta as análises descritas é necessário o reforço de políticas públicas que atuem na integração social destas comunidades, de modo a promover sua inserção social e laboral. O reforço de políticas públicas voltadas para a questão da habitação e acessos a serviços, a longo prazo, terão consequências positivas para estas comunidades.

Capítulo IV – Metodologia

4.1 – Metodologia

O presente trabalho, como propõe o título da dissertação, visa analisar a influência dos novos media na disseminação de discurso populista com impacto nas condições de participação e reconhecimento das comunidades imigrantes em Portugal.

Temos assistido a uma nova configuração do populismo de direita na Europa, nomeadamente em Portugal com o advento do Partido Chega, que tem assento parlamentar desde 2019. O Chega tem levantado questões complexas e fraturantes com o uso de narrativas de diabolização e estigmatização em torno de temas como Etnicidade, Segurança e Segurança Social. O denominador comum por norma são as comunidades imigrantes, que, segundo André Ventura, líder do partido, constituem uma grande ameaça para a soberania nacional. Para tal, Ventura utiliza os novos meios de comunicação, principalmente as redes sociais, de modo a disseminar estas mensagens de antagonização, onde frequentemente associa a presença de minorias étnicas a problemas de criminalidade e insegurança em Portugal.

Neste estudo procura-se uma perspetiva compreensiva sobre os efeitos da disseminação de representações estigmatizantes de populações estrangeiras e seus descendentes, subjacentes no discurso populista veiculado pelo Partido Chega no incremento das desigualdades que afetam em particular pessoas estrangeiras em Portugal. Mais especificamente, a questão que nos orienta é saber como o Partido Chega utiliza os meios de comunicação digitais de forma a disseminar o seu discurso populista e securitário, e quais os seus impactos na perpetuação das desigualdades?

A metodologia adotada nesta pesquisa é de pendor qualitativo ou compreensivo, sendo suportada, no plano substantivo, pela análise discursiva e análise documental do Programa Eleitoral do Partido Chega e de comunicações de propaganda que o Partido e seus representantes têm vindo a publicar na rede social «X».

Nestas análises temos como interesse fulcral apreender os significados conferidos pelo partido e seus representantes à presença de minorias étnicas e populações estrangeiras no território nacional. Como refere Lessard-Hébert et al. (2012, p.32), tais significações “são o

produto de um processo de interpretação que desempenha o papel chave na vida social”. Como bem sublinha Lamont, os processos de ideologização e interpretação de fenómenos sociais têm efeitos tão ou mais impactantes nas condições de participação e reconhecimento das populações visadas como as caracterizam em termos materiais (Lamont, 2014).

Assim sendo, e seguindo as orientações propostas por M.B. Miles e A.M. Huberman (1983), as etapas da pesquisa empírica são estruturadas em torno de quatro procedimentos cruciais:

1. **Recolha de dados** – Esta etapa será levada a cabo a partir de análise de conteúdo em plataformas digitais, nomeadamente, aquelas que têm vindo a ser mais utilizadas pelo Partido Chega. Completando-se com a análise aprofundada dos programas do partido, especificamente em relação às questões da imigração.
2. **Redução de dados** – Nesta fase, procura-se identificar contextos e sub temáticas que enquadram a tematização da imigração no discurso do Chega.
3. **Apresentação/Organização** – Identificação e análise de subcategorias temáticas associadas aos principais contextos relacionados com a tematização da imigração, nomeadamente: Segurança, Segurança Social, Habitação e Identidade nacional.
4. **Validação** – Comparação dos dados recolhidos, confrontação de dados na análise discursiva com o Programa Eleitoral do partido.

4.2- Configuração do corpus empírico

A seleção da plataforma em estudo configura um passo importante na delineação desta investigação.

A plataforma «X» caracteriza-se como essencial na análise e compreensão do presente estudo pelo seu alcance mediático, possibilitando aos líderes políticos de partilharem as suas ideias e mensagens de forma imediata. A plataforma tem sido a “arena política” predileta destes atores políticos, que a utilizam de forma a disseminar o seu discurso de carácter populista (Fischer, T., Kolo, C., & Mothes, C., 2022).

De igual modo, o «X» também é pródigo na disseminação de *fake news* e desinformação, muito por conta do seu formato de consumo rápido. Esta característica aumenta a proliferação de conteúdos falsos que circulam nesta rede social como verdadeiras.

O «X», comparativamente à *Meta*, *Facebook* e *Instagram*, diferencia-se por assumir, claramente, uma posição de plataforma política, onde os seus utilizadores se sentem à vontade para expor as suas opiniões e ideologias. Nas palavras do próprio Elon Musk, temos assistido na plataforma um “*Shift*” ideológico à direita (Hirschfeld, 2024).¹⁵

Em Portugal, André Ventura, em entrevista concedida à CNN, refere a importância das redes sociais na propagação das suas mensagens, alegando que os meios de comunicação tradicionais ocultam propositadamente certos conteúdos: “As redes sociais são uma ameaça para o sistema porque passam coisas que os meios de comunicação social não querem passar. Comigo não contam para mentir aos portugueses!”¹⁶(X, 2024)

Posto isto, na etapa de recolha de dados focamos a análise nas publicações do Partido Chega e da página oficial de André Ventura na plataforma digital «X» – a análise cobre as publicações *online* do Chega desde a sua fundação, em 2019, até ao dia 16 de outubro de 2024.

Ao todo foram contabilizadas 20 publicações no «X» sendo as mencionadas no presente trabalho as mais relevantes conforme o engajamento das mesmas.

Seguindo a metodologia de redução de dados, a primeira seleção das publicações no «X» seguiu um processo de filtragem onde foram apenas selecionados os *posts* que contenham *keywords* relativas à imigração. Posteriormente, selecionamos as subcategorias subjacentes da temática principal da Imigração como a segurança, segurança social, identidade nacional e habitação. Esta etapa, como enuncia o seu título, pretende reduzir os dados ao máximo de modo a refinar a análise, para, desse modo, apresentarmos os dados de uma forma clara e concisa respeitante ao que foi analisado.

Para além da análise desta forma *online* de “fazer política”, também será feita uma comparação com os Programas Eleitorais do Chega, de modo a aferir uma relação entre as medidas propostas pelo Partido com as mensagens veiculadas.

¹⁵ Disponível em: [The right-wing lurch of X under Elon Musk | US Election 2024 | Al Jazeera](https://www.aljazeera.com/news/2024/09/20/the-right-wing-lurch-of-x-under-elon-musk-us-election-2024/). Consultado a 20/09/2024.

¹⁶ Disponível em: [André Ventura no X: "As redes sociais são uma ameaça para o sistema porque passam coisas que os meios de comunicação social não querem passar. Comigo não contam para mentir aos portugueses! #CHEGA https://t.co/BQUZARG4le" / X](https://t.co/BQUZARG4le). Consultado a 11/10/2024.

4.3- Análise de dados

Nesta etapa, é realizada a análise discursiva do Partido Chega relacionada com o Programa eleitoral do partido. Para tal, e seguindo o esquema metodológico proposto por M.B. Miles e A.M. Huberman (1983), tornou-se imperativo delinear o presente foco analítico e os critérios na fase da recolha de dados, de modo que a investigação seja concisa.

Por conseguinte, a etapa “Recolha de dados” inicia-se com a definição dos critérios de pesquisa, desde as plataformas observadas, período de observação e «*keywords*».

As plataformas que se constituem preponderantes na análise do presente trabalho são o «X» e o Programa Eleitoral do Chega.

A análise cobre, essencialmente, os períodos de atividade online do Chega no «X», isto é, desde a criação oficial da página do Partido na plataforma (2020) até 20 de outubro de 2024 – a acompanhar a análise digital e com o objetivo de delimitar o presente estudo foram utilizados as «*keywords*» “imigração”; “imigrantes”; “estrangeiros” e “alógenos”.

A partir desta primeira redução foram retirados os subtemas subjacentes da temática principal “Imigração” e organizados da seguinte forma:

Tema 1 – “Segurança”

Sendo esta uma das bandeiras do Partido, o tema da “(In)segurança” difundida pelo Chega é observado no «X» através da associação de práticas criminosas à comunidade imigrante em Portugal.

Tema 2 – “Segurança Social”

A subsidiodependência constitui desde muito cedo uma das grandes preocupações do partido de André Ventura. Numa primeira fase, associada à “falta de controlo na atribuição de pensões sociais” (Expresso, 2020) mas, subsequentemente, de forma cada vez mais enfática como narrativa que associa de forma quase direta imigrantes e “aproveitamento” da segurança social.

Tema 3 – “Identidade nacional”

Este tema tem sido amplamente mediatizado por partidos políticos de extrema-direita um pouco por toda a Europa. Tem sido comum estes partidos apresentarem narrativas alarmantes sobre uma “Substituição demográfica” do povo europeu.

Tema 4 – “Habitação”

A crise habitacional vivida um pouco por todo o mundo tem sido instrumentalizada pelo Partido Chega que, recorrentemente, aborda a questão do aumento das rendas correlacionando-a com a imigração.

A identificação e análise das subcategorias de tematização da imigração no discurso do Chega, é ainda informada na leitura e análise dos Programas Eleitorais do Partido, de 2019 e 2024.

Desde logo, o programa eleitoral apresentado pelo partido às eleições legislativas de 2019, apesar de curto, apresenta já algumas das tematizações que configuram os discursos sobre a imigração, inclusive, o Programa Eleitoral de 2019 propõe algumas medidas restritivas à imigração na divisão “Relações Internacionais e Imigração”. Uma das subcategorias assina, também aqui, algumas linhas vermelhas que devem ser consideradas no enquadramento dos imigrantes em termos de “Segurança Social”. Nomeadamente, na medida 47^a, defende-se a não obrigatoriedade do Estado de concessão de habitação social a imigrantes.

No que concerne ao Programa Eleitoral de 2024, este substancialmente mais sólido, este destoa um pouco do discurso veiculado pelo Chega na “opinião pública”. O Chega apresenta algumas no seu programa eleitoral que visam proteger a comunidade migrante de situações de precariedade como é observável nas propostas:

“APROVAR UMA NOVA ESTRATÉGIA NACIONAL PARA A INTEGRAÇÃO DAS PESSOAS EM SITUAÇÃO DE SEM-ABRIGO, PRIORIZANDO A PREVENÇÃO, PROCURANDO TER RESPOSTAS CONCRETAS PARA A POPULAÇÃO IMIGRANTE E CONTEMPLANDO AINDA OS ANIMAIS DE COMPANHIA NAS RESPOSTAS SOCIAIS.”

“FACILITAR A INTEGRAÇÃO DA POPULAÇÃO IMIGRANTE ATRAVÉS DE UM ACOMPANHAMENTO MAIS APROXIMADO DAS PESSOAS QUE CHEGAM AO NOSSO PAÍS, VERIFICANDO AS SUAS CONDIÇÕES PARA SE SUSTENTAREM, DE HABITABILIDADE, EMPREGABILIDADE, FORMAÇÃO, ETC., ASSIM COMO DISPONIBILIZAR O ENSINO DE PORTUGUÊS LÍNGUA NÃO MATERNA E DE HISTÓRIA E CULTURA DE PORTUGAL.”

No entanto, outras propostas já corroboram com a comunicação tipicamente veiculada pelo partido, desde logo, a associação da subsidiodependência à comunidade migrante.

“REGULAMENTAR O ACESSO A APOIOS SOCIAIS, DEFININDO COMO PERÍODO MÍNIMO DE 5 ANOS A CONTRIBUIÇÃO PARA O ESTADO PORTUGUÊS ANTES DE PODER USUFRUIR DE QUALQUER TIPO DE BENEFÍCIO.”

Existem diferenças claras entre os dois programas, sendo o Programa de 2019 mais “taxativo” e corrosivo, este apresenta uma versão do Partido Chega ainda sem grande experimentação política e que opta pela política de choque, contrariamente, ao Programa eleitoral 2024 que apresenta propostas mais elaboradas e moderadas. Todavia, o discurso do Chega nos últimos meses tem vindo a intensificar-se, culminando com a proposta de um referendo sobre a imigração, que foi rejeitada na Assembleia da República. Esta intensificação do discurso tem sido acompanhada por um incremento de publicações *online* onde o Chega e André Ventura têm vindo a identificar a comunidade imigrante em Portugal como responsáveis de diversos problemas atuais.

No que concerne à análise discursiva do Partido Chega na plataforma «X», e seguindo as temáticas suprarreferidas, a análise cobriu, essencialmente, as publicações das páginas do Chega e André Ventura com maior engajamento (*likes* e partilhas).

Assim sendo, e iniciando o estudo com o Tema 1 – Segurança, analisemos as publicações seguintes e identifiquemos os subtemas subjacentes da Segurança:

“ESTÁ NA ALTURA DE ASSUMIR QUE O AUMENTO DA CRIMINALIDADE ESTÁ LIGADO À IMIGRAÇÃO DESCONTROLADA. OU COMEÇAMOS A CONTROLAR AS NOSSAS FRONTEIRAS OU TEMOS UM FUTURO MUITO DIFÍCIL PELA FRENTE. NO DIA 21 DE SETEMBRO JUNTA-TE A NÓS NA LUTA PARA #SALVARPORTUGAL”¹⁷

13,3 MIL VISUALIZAÇÕES E +890 INTERAÇÕES

“A FREGUESIA LISBOETA DE SANTA MARIA MAIOR, CURIOSAMENTE ONDE SE ENCONTRA A ZONA DO MARTIM MONIZ, CONHECIDA PELO NÚMERO GIGANTESCO DE IMIGRANTES INDOSTÂNICOS, ESTÁ A BRAÇOS COM UMA ONDA DE CRIMINALIDADE SEM PROCEDENTES. É VERGONHOSO NO QUE ESTÃO A TRANSFORMAR A CAPITAL DE PORTUGAL”¹⁸

23,5 MIL VISUALIZAÇÕES E +1064 INTERAÇÕES

¹⁷ Disponível em: [Partido CHEGA PT no X: "Está na altura de assumir que o aumento da criminalidade está ligado à imigração descontrolada. Ou começamos a controlar as nossas fronteiras ou temos um futuro muito difícil pela frente. No dia 21 de setembro junta-te a nós na luta para #SalvarPortugal https://t.co/7PP3V3jvhV" / X.](https://t.co/7PP3V3jvhV) Consultado a 15/10/2024.

¹⁸ Disponível em: [Partido CHEGA PT no X: "A freguesia lisboeta de Santa Maria Maior, curiosamente onde se encontra a zona do Martim Moniz, conhecida pelo número gigantesco de imigrantes indostânicos, está a braços com uma onda de criminalidade sem procedentes. É vergonhoso no que estão a transformar a capital de Portugal https://t.co/HufgRpwWlW" / X.](https://t.co/HufgRpwWlW) Consultado a 15/10/2024.

Estes dois *posts* publicados pela página oficial do Partido Chega são demonstrativas da estigmatização que a comunidade imigrante enfrenta. Ambas as publicações relacionam diretamente e indiretamente o aumento da criminalidade com o incremento da imigração. A segunda publicação subentende a criminalidade a está relacionada com a presença da comunidade indostânica na freguesia Santa Maria Maior, independentemente da ausência de dados que comprovem a afirmação. Ainda referente à primeira publicação, é possível também denotar uma das características do discurso populista que enuncia Zuquete. A frase “SalvarPortugal”, neste contexto, revela-se mais que um *hashtag*, o mote utilizado pelo Chega remete para o simbolismo de salvação nacional suprarreferida.

“O RELATÓRIO DA CEOWORLD MAGAZINE DEIXOU CLARO QUE PORTUGAL JÁ NÃO É UM PAÍS SEGURO! SERÃO PRECISAS MAIS PROVAS DO QUE ESTA DE QUE A IMIGRAÇÃO DESCONTROLADA ESTÁ A AUMENTAR A CRIMINALIDADE? #CHEGA”¹⁹

93,7 MIL VISUALIZAÇÕES E +1832 INTERAÇÕES

Esta publicação de André Ventura, rapidamente corrigida pelos utilizadores da plataforma, é representativa do alcance da desinformação em plataformas digitais. Esta publicação contou com mais de 90 mil interações, sendo partilhada por diversas pessoas que a assumiram como verdadeira. O uso de ilustrações sugestivas, com manchetes impactantes, como, neste caso uma arma de fogo, contribuem para o alarmismo da publicação.

“CONTINUAMOS A SER O REFÚGIO DE CRIMINOSOS. AS NOSSAS FRONTEIRAS SÃO UM CONVITE À CRIMINALIDADE! SE NÃO COLOCARMOS UM TRAVÃO, ESTAMOS A CONDENAR PORTUGAL! #SALVARPORTUGAL”

10,6 MIL VISUALIZAÇÕES E +676 INTERAÇÕES

¹⁹ Disponível em: [André Ventura no X: "O relatório da CEOWORLD MAGAZINE deixou claro que Portugal já não é um país seguro! Serão precisas mais provas do que esta de que a imigração descontrolada está a aumentar a criminalidade? #CHEGA https://t.co/e4QaMjnHYT" / X.](https://t.co/e4QaMjnHYT) Consultado a 15/10/2024

“ESTA É A NOSSA OPORTUNIDADE PARA DIZER CHEGA À INSEGURANÇA, À IMIGRAÇÃO DESCONTROLADA E À HUMILHAÇÃO DO POVO PORTUGUÊS! SE AMAM PORTUGAL, JUNTEM-SE A NÓS NO DIA 29 DE SETEMBRO, ÀS 15H30, NA ALAMEDA EM LISBOA. NÃO PODEMOS DEIXAR QUE DESTRUAM O NOSSO PAÍS!
#SALVARPORTUGAL”²⁰

6 MIL VISUALIZAÇÕES E +596 INTERAÇÕES

Novamente, a alusão ao simbolismo nacional e divisionismo entre o “nós” e “eles”. Também referência ao alarmismo com a frase “Não podemos deixar que destruam o nosso país!”.

“A CRIMINALIDADE EM PORTUGAL ESTÁ FORA DE CONTROLO E SABEMOS QUE O DESCONTROLO DA IMIGRAÇÃO É UMA DAS RAZÕES. QUANTAS VEZES O CHEGA ALERTOU? VAMOS CONTINUAR A IGNORAR O ÓBVIO?
#CHEGA21”

9,7 MIL VISUALIZAÇÕES E +908 INTERAÇÕES

“A CRIMINALIDADE DISPAROU EM BRAGA PORQUE, DE REPENTE, TODOS OS BRACARENSES DECIDIRAM TORNAR-SE BANDIDOS DA NOITE PARA O DIA! O AUMENTO DA CRIMINALIDADE DE NADA TEM A VER COM A IMIGRAÇÃO DESCONTROLADA, ONDE QUALQUER CRIMINOSO ENTRA EM PORTUGAL COMO DISSE LUÍS MONTENEGRO...”

8,1 MIL VISUALIZAÇÕES E +516 INTERAÇÕES

“COMO É POSSÍVEL O PRESIDENTE DO OBSERVATÓRIO DE SEGURANÇA INTERNA DIZER QUE HÁ “DIRETIVAS SUPERIORES” PARA OMITIR, DOS RELATÓRIOS, QUALQUER LIGAÇÃO ENTRE CRIMINALIDADE E IMIGRANTES. ISTO É VERGONHOSO! QUE MEDO TÊM QUE SE SAIBA A VERDADE? #CHEGA22”

²⁰ Disponível online em: [Partido CHEGA PT no X: "Esta é a nossa oportunidade para dizer CHEGA à insegurança, à imigração descontrolada e à humilhação do povo português! Se amam Portugal, juntem-se a nós no dia 29 de setembro, às 15h30, na Alameda em Lisboa. Não podemos deixar que destruam o nosso país! #SalvarPortugal https://t.co/ZsRgiFZ5z9" / X](https://t.co/ZsRgiFZ5z9)

Consultado a 15/10/2024

²¹ Disponível online em: [Partido CHEGA PT no X: "A criminalidade em Portugal está fora de controlo e sabemos que o descontrolo da imigração é uma das razões. Quantas vezes o CHEGA alertou? Vamos continuar a ignorar o óbvio? #CHEGA https://t.co/gG7gdfSqEw" / X](https://t.co/gG7gdfSqEw)

Consultado a 15/10/2024

²² Disponível online em: [Partido CHEGA PT no X: "Como é possível o Presidente do Observatório de Segurança Interna dizer que há “diretivas superiores” para omitir, dos relatórios, qualquer ligação entre criminalidade e imigrantes. Isto é vergonhoso! Que medo têm que se saiba a verdade? #CHEGA https://t.co/kFHFVIWUKn" / X](https://t.co/kFHFVIWUKn)

Consultado a 15/10/2024

25,1 MIL VISUALIZAÇÕES E +1353 INTERAÇÕES

Relativamente ao Tema 2 – Segurança Social as publicações observadas que se relacionam com a temática da imigração e subsequentemente, a subsidiodependência foram as seguintes:

“MAS QUE SENTIDO FAZ OS NOSSOS IDOSOS QUE TRABALHARAM, CONTRIBUÍRAM E DESCONTARAM TODA UMA VIDA TEREM REFORMAS DE MISÉRIA E IMIGRANTES QUE NÃO QUEREM TRABALHAR A RECEBEREM SUBSÍDIOS DA SEGURANÇA SOCIAL? NÃO PODE SER! COM O CHEGA, ISTO VAI ACABAR! #CHEGA”²³

28,7 MIL VISUALIZAÇÕES E +1221 INTERAÇÕES

“ENTRAM A TORTO E A DIREITO, SEM QUALQUER CONTROLO, TÊM BENEFÍCIOS DA SEGURANÇA SOCIAL QUE MUITOS PORTUGUESES NÃO TÊM E AINDA RECLAMAM POR TEREM DE PAGAR OS PROCESSOS DE REGULARIZAÇÃO? TENHAM UM POUCO DE NOÇÃO! #CHEGA”²⁴.

31,3 MIL VISUALIZAÇÕES E +1334 INTERAÇÕES

“JÁ NÃO BASTAVA A LEGALIZAÇÃO ÀS ESCONDIDAS E À PRESSA DE ESTRANGEIROS QUE VAI SOBRECARRER A SEGURANÇA SOCIAL. AGORA FICAMOS A SABER QUE DEVIDO À INCOMPETÊNCIA SOCIALISTA SÃO TAMBÉM UMA AMEAÇA À SAÚDE PÚBLICA!”²⁵

(VISUALIZAÇÕES INDISPONÍVEIS) E +112 INTERAÇÕES

²³ Disponível em: [Partido CHEGA pt no X: "Mas que sentido faz os nossos idosos que trabalharam, contribuíram e descontaram toda uma vida terem reformas de miséria e imigrantes que não querem trabalhar a receberem subsídios da segurança social? Não pode ser! Com o CHEGA, isto vai acabar! #CHEGA https://t.co/eCnf8jQNB4" / X](https://t.co/eCnf8jQNB4). Consultado a 15/10/2024.

²⁴ Publicação referente ao valor de 400€ cobrado pela AIMA.

²⁵ Disponível em: [Partido CHEGA pt no X: "Já não bastava a legalização às escondidas e à pressa de estrangeiros que vai sobrecarregar a Segurança Social. Agora ficámos a saber que devido à incompetência socialista são também uma ameaça à saúde pública! https://t.co/u3X0ZwrZjG" / X](https://t.co/u3X0ZwrZjG). Consultado a 15/10/2024.

“O QUE DEFENDEMOS É MUITO SIMPLES DE PERCEBER: IMIGRANTES EM PORTUGAL SÓ PODEM TER ACESSO A SUBSÍDIOS OU APOIOS SOCIAIS SE TIVEREM DESCONTADO DURANTE, PELO MENOS, 5 ANOS! PORTUGAL NÃO PODE SER UM CHAMARIZ DE IMIGRAÇÃO POR CAUSA DE SUBSÍDIOS. ISTO TEM MESMO DE ACABAR! #CHEGA26”

6 MIL VISUALIZAÇÕES E + 521 INTERAÇÕES

A primeira publicação revela novamente a dicotomia entre “nós” e os “outros” identificada em, “Mas que sentido faz os **nossos idosos** que trabalharam, contribuíram (...) e **imigrantes** que não querem trabalhar a receberem subsídios da segurança social?”

Quanto ao Tema 3 – Identidade nacional, o Chega expõe o problema da seguinte forma:

“ESTE “CHOQUE CULTURAL” AINDA NOS VAI TRAZER MUITOS PROBLEMAS. HÁ ANOS QUE ANDAMOS A ALERTAR PARA OS PERIGOS DA SUBSTITUIÇÃO DEMOGRÁFICA E CULTURAL EM CURSO EM PORTUGAL. AQUI ESTÁ A PROVA! #CHEGA #LIMPARPORTUGAL”27

9,9 MIL VISUALIZAÇÕES E +467 INTERAÇÕES

“NÃO, NÃO É NO PAQUISTÃO, BANGLADESH OU ÍNDIA, É MESMO EM LISBOA, NO NOSSO PORTUGAL. A SUBSTITUIÇÃO POPULACIONAL JÁ ESTÁ EM CURSO, ESTÁ NA HORA DE A TRAVARMOS! #CHEGA”28

118 MIL VISUALIZAÇÕES E +1452 INTERAÇÕES

“NÃO, NÃO É EM NENHUM PAÍS ISLÂMICO DO MÉDIO ORIENTE, É MESMO NO REINO UNIDO, NA EUROPA. A SUBSTITUIÇÃO POPULACIONAL JÁ ESTÁ EM CURSO, ESTÁ NA HORA DE A TRAVARMOS! DIZEMOS NÃO À ISLAMIZAÇÃO DA EUROPA! #CHEGA”29

17 MIL VISUALIZAÇÕES E +731 INTERAÇÕES

²⁶ Disponível online em: [Partido CHEGA PT no X: "O que defendemos é muito simples de perceber: imigrantes em Portugal só podem ter acesso a subsídios ou apoios sociais se tiverem descontado durante, pelo menos, 5 anos! Portugal não pode ser um chamariz de imigração por causa de subsídios. Isto tem mesmo de acabar! #CHEGA https://t.co/8r1CF1cPRN" / X](https://t.co/8r1CF1cPRN)

Consultado a 15/10/2024

²⁷ Disponível online em: [Partido CHEGA PT no X: "Este “choque cultural” ainda nos vai trazer muitos problemas. Há anos que andamos a alertar para os perigos da substituição demográfica e cultural em curso em Portugal. Aqui está a prova! #CHEGA #LimparPortugal https://t.co/Gi8zbYLkhV" / X](https://t.co/Gi8zbYLkhV)

Consultado a 15/10/2024

²⁸ Disponível online em: [Partido CHEGA PT no X: "Não, não é no Paquistão, Bangladesh ou Índia, é mesmo em Lisboa, no nosso Portugal. A substituição populacional já está em curso, está na hora de a travarmos! #CHEGA https://t.co/CDTMH33w55" / X](https://t.co/CDTMH33w55)

Consultado a 15/10/2024

²⁹ Disponível online em: [Partido CHEGA PT no X: "Não, não é em nenhum país islâmico do Médio Oriente, é mesmo no Reino Unido, na Europa. A substituição populacional já está em curso, está na hora de a travarmos! Dizemos não à islamização da Europa! #CHEGA https://t.co/Ro2aqNydTI" / X](https://t.co/Ro2aqNydTI)

Consultado a 16/10/2024

Identificação de um padrão comunicacional, onde o Chega faz constante referência à paisagem cultural com passagens como “Isto não é o Paquistão, é Lisboa” e “Isto não é nenhum país islâmico do Médio Oriente, é no Reino Unido”

“EM MANCHESTER, NA INGLATERRA, A SUBSTITUIÇÃO POPULACIONAL JÁ ESTÁ EM CURSO. VERDADEIRAMENTE ASSUSTADOR! SE NÃO TRAVARMOS ESTA POLÍTICA DE PORTAS ABERTAS CRIMINOSA E ESTA ONDA DE IMIGRAÇÃO MASSIVA, PORTUGAL NUNCA MAIS SERÁ O MESMO. #CHEGA”³⁰

18 MIL VISUALIZAÇÕES E + 591 INTERAÇÕES

“A AGÊNCIA QUE VAI SUBSTITUIR O SEF QUER LEGALIZAR 600 MIL IMIGRANTES NOS PRÓXIMOS 5 MESES! ISTO SÓ MOSTRA COMO A SUBSTITUIÇÃO POPULACIONAL DO POVO PORTUGUÊS JÁ ESTÁ EM CURSO POR PARTE DO GOVERNO SOCIALISTA. QUEREM MESMO DESTRUIR O NOSSO PAÍS... MAS NÓS NÃO VAMOS PERMITIR! #CHEGA”³¹

12 MIL VISUALIZAÇÕES E +444 INTERAÇÕES

Por último, a tematização da imigração também é amplamente relacionada com a crise habitacional em Portugal, e o Chega assume a presença das comunidades migrantes como negativa da seguinte maneira:

“CIDADÃ PORTUGUESA VAI AO PARLAMENTO E DÁ RAZÃO AO CHEGA. “EU NÃO VIM PARA CÁ, SOU PORTUGUESA, PAGO IMPOSTOS E NÃO TENHO NADA... O PAÍS ESTÁ ABERTO, TODA A GENTE ENTRA, CADA VEZ TEMOS MAIS IMIGRANTES, OBTIVAMENTE QUE NÃO HÁ CASAS.” MUITO BEM!”³²

76,5 MIL VISUALIZAÇÕES E +1382 INTERAÇÕES

Exemplo da reprodução de discurso populista e consequente perpetuação de estigmas. Uma cidadã, sem representação parlamentar, reproduz fielmente o discurso do Partido Chega,

³⁰ Disponível online em: [Partido CHEGA PT no X: "Em Manchester, na Inglaterra, a substituição populacional já está em curso. Verdadeiramente assustador! 😱 Se não travarmos esta política de portas abertas criminosa e esta onda de imigração massiva, Portugal nunca mais será o mesmo. #CHEGA https://t.co/zoRJavGWf5" / X](https://t.co/zoRJavGWf5)

Consultado a 16/10/2024

³¹ Disponível online em: [Partido CHEGA PT no X: "A Agência que vai substituir o SEF quer legalizar 600 mil imigrantes nos próximos 5 meses! Isto só mostra como a substituição populacional do povo português já está em curso por parte do Governo Socialista. Querem mesmo destruir o nosso país... mas nós não vamos permitir! #CHEGA https://t.co/PZFbUK8X1B" / X](https://t.co/PZFbUK8X1B)

Consultado a 16/10/2024

³² Disponível em: [Partido CHEGA PT no X: "Cidadã Portuguesa vai ao Parlamento e dá razão ao CHEGA. "Eu não vim para cá, sou Portuguesa, pago impostos e não tenho nada... o país está aberto, toda a gente entra, cada vez temos mais imigrantes, obviamente que não há casas." Muito bem! 🙌🙌 https://t.co/qN6kSWCBvR" / X](https://t.co/qN6kSWCBvR)
Consultado a 16/10/2024.

onde associa a falta de habitação com a presença de imigrantes em Portugal e deixa forte críticas à ação política:

“Eu olho para o meu lado e vejo chegar o ‘não sei que’ da África ou não sei de onde e tem direito a tudo e mais alguma coisa (...) e eu fico a pensar tu que chegaste aqui agora e já tens subsídios para isto, subsídio para aquilo, apoio para aqui e apoio para acolá e eu estou aqui a pagar impostos e não tenho nada?”

“O BLOCO DE ESQUERDA É SIM UM PARTIDO XENÓFOBO: QUER PROIBIR A VENDA DE CASAS A ESTRANGEIROS, MAS IGNORA OS CASOS DE IMIGRANTES QUE MORAM ÀS DEZENAS NA MESMA CASA. O VERDADEIRO EXEMPLO DA “XENOFOBIA DO BEM”, QUE TANTO GOSTAM DE APREGOAR. #CHEGA”³³

17,1 MIL VISUALIZAÇÕES E +953

“A ESQUERDA RECLAMA MUITO QUE FALTA HABITAÇÃO, MAS IGNORAM OS PRINCIPAIS PROBLEMAS QUE A CAUSAM: IMIGRAÇÃO DESCONTROLADA QUE FAZ DISPARAR A PROCURA E FALTA DE INCENTIVOS À CONSTRUÇÃO QUE FAZ REDUZIR A OFERTA. TUDO ISTO AGRAVA O ACESSO À HABITAÇÃO E FAZ DISPARAR OS PREÇOS. #CHEGA”³⁴

5 MIL VISUALIZAÇÕES E +497 INTERAÇÕES

³³ Disponível online em: [Partido CHEGA pt no X: "O Bloco de Esquerda é sim um partido xenófobo: quer proibir a venda de casas a estrangeiros, mas ignora os casos de imigrantes que moram às dezenas na mesma casa. O verdadeiro exemplo da “xenofobia do bem”, que tanto gostam de apregoar. #CHEGA https://t.co/pZX7mRa5QZ" / X](https://t.co/pZX7mRa5QZ)

Consultado a 16/10/2024

³⁴ Disponível em: [Partido CHEGA pt no X: "A esquerda reclama muito que falta habitação, mas ignoram os principais problemas que a causam: imigração descontrolada que faz disparar a procura e falta de incentivos à construção que faz reduzir a oferta. Tudo isto agrava o acesso à habitação e faz disparar os preços. #CHEGA https://t.co/3q5Ph2ZNlv" / X](https://t.co/3q5Ph2ZNlv). Consultado a 16/10/2024.

Resultados

Após a análise discursiva do Chega no «X» entende-se que o Tema 1 – Segurança existe uma correlação direta na narrativa do Chega entre a Criminalidade e Imigração, sendo comum a associação da prática de crimes em Portugal com a presença de comunidades migrantes em determinadas regiões.

Relativamente ao Tema 2 -Segurança Social, esta tematização, invariavelmente, cruza com o subtema da subsidiodependência, que desde muito cedo, é uma das bandeiras do Chega. A atribuição de pensões sociais, no entender do Chega, de forma indiscriminada, torna-se insustentável para o contribuinte português. André Ventura, o ator político com o discurso mais proeminente sobre esta temática, no início da sua carreira política associava a questão da subsidiodependência à comunidade cigana, contudo, ultimamente esta tematização é frequentemente associada às comunidades migrantes como exposto nas publicações.

Sobre o Tema 3 – Identidade nacional esta é uma bandeira comum em todos os partidos da índole política do Chega. O alarmismo intencionado da “Substituição demográfica” tornou-se ultimamente num assunto central no discurso do Chega.

Por último, o Tema 4 – Habitação, este apesar de ser um problema transversal, o Chega instrumentaliza esta questão de modo a responsabilizar as comunidades imigrantes em Portugal, alegando que estas sobem exponencialmente o preço das casas e são igualmente responsáveis pela falta de habitação.

Seguindo a redução de dados, organizamos os subtemas pela sua frequência de publicações.

O Tema 1 – Segurança é, invariavelmente, o mais mencionado nas publicações do Chega, sendo a questão da Criminalidade a que mais se associa à tematização inicial. Nos últimos 3 meses (julho a outubro) foram encontradas mais de 25 publicações relacionadas com a questão da Imigração, sendo a “criminalidade” a mais proeminente correspondendo a 40% dos *posts*.

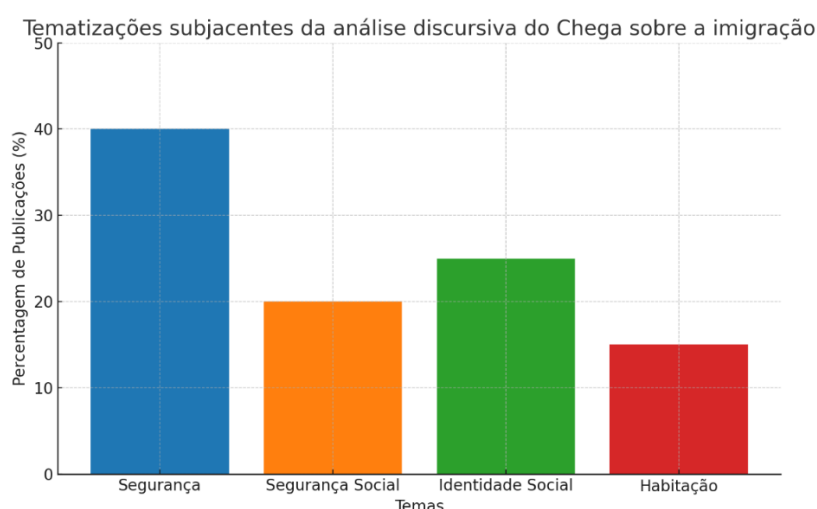
Em segundo lugar, aparece o Tema 3 – Identidade nacional, que, como suprarreferido, tem sido uma das bandeiras do Partido nos últimos meses. O Subtema mais vezes associado à Identidade nacional é a “Substituição demográfica” (também mencionada como substituição populacional). O tema aparece 20% das publicações analisadas.

Em seguida, encontramos o Tema 2 – Segurança Social, que, na comunicação *online* do Chega, tem perdido alguma relevância, aparecendo apenas 20% das publicações analisadas.

Por último, o Tema 4 – Habitação, que muitas vezes converge com o tema da Segurança Social, onde o Chega associa a atribuição de pensões sociais com a facilitação na compra de habitação. Representa 15% das publicações analisadas.

Findada a parte da redução de dados, e com os dados devidamente organizados, é possível apresentar os resultados dos dados reduzidos em formato de gráfico, de modo a ilustrar as informações recolhidas de forma clara e concisa. Assim sendo, o seguinte gráfico apresenta a distribuição categorial das tematizações em estudo:

A elaboração do gráfico foi desenvolvida com recurso à plataforma ChatGPT, com os dados substantivos da análise.



Quadro 1 – Tematizações subjacentes da análise discursiva do Chega sobre a Imigração

Elaboração própria com recurso à plataforma ChatGPT

No que concerne à última etapa metodológica, a validação, foram realizados testes de verificação, de modo a comprovar a incidência dos subtemas em relação à temática principal da Imigração. Para tal, foi realizada o procedimento de validação interna que consiste na revisão das categorias e sub temáticas analisadas com o Programa Eleitoral do Chega de modo a perceber se os cruzamentos foram cruzados corretamente M.B. Miles e A.M. Huberman (1983).

Com base na triangulação de dados, e com análise suprarreferida, verificamos que o discurso veiculado pelo Chega na plataforma «X», não corresponde diretamente às propostas presentes nos Programas do partido. O programa eleitoral de 2024, apresenta uma comunicação mais moderada, e, até, pedagógica por parte do Partido Chega. Ao passo que, a comunicação *online* visa polarizar e fragmentar perceções face às comunidades imigrantes, procurando engajamento imediato com recurso ao alarmismo.

Conclusão

O presente trabalho teve como objetivo analisar a influência dos novos media na disseminação do discurso populista sobre a imigração em Portugal, com destaque no Partido Chega e na sua plataforma online «X». Primeiramente, foi feita uma contextualização histórica do fenómeno populismo e das suas ramificações no mundo, particularmente, em Portugal no século XX.

A parte teórica consistiu na identificação e correlação dos meios de comunicação e como estes se articulam com a disseminação de discurso politizado, nomeadamente, nos novos media. Verificámos que os novos media constituem um veículo preponderante na propagação destas mensagens capazes de perpetuar desigualdades e preconceitos face a comunidades migrantes. Exemplo disso, é a comunicação do Partido Chega, que visa polarizar perceções e atitudes face a estas comunidades.

Para tal, foram recolhidas publicações na plataforma, desde o período de ação *online* do Chega (2020-atualmente), de modo a identificar as principais tematizações subjacentes do discurso sobre a imigração. Os temas delineados “Segurança”, “Segurança Social”, “Identidade nacional” e “Habitação”.

Os resultados indicam que estas temáticas são percecionadas negativamente pelo Chega no «X» apontando a responsabilidade dos problemas à comunidade imigrante.

A comunicação do Chega aborda a questão da segurança, ou melhor, da insegurança como elemento caracterizador da imigração, relacionando-a diversas vezes nas suas publicações. Para além desta associação do aumento de práticas criminosas à comunidade imigrante e minorias étnicas, o Chega, de igual modo, relaciona o tópico da subsidiodependência a estas comunidades, alegando que estes beneficiam de pensões sociais, que, conseqüentemente, aumentam as rendas das casas e provocam a falta de habitação.

Por último, a substituição demográfica, que tem entrado na agenda política de diversos partidos da mesma índole política do Chega, que receiam que os imigrantes (extraeuropeus) se tornem maioria na Europa. Desse modo, o Chega tem intensificado o seu discurso de aversão às comunidades imigrantes caracterizando-os como invasores (Torres, 2024)³⁵.

Estes resultados mostram como as redes sociais, mais especificamente o «X» servem como amplificadores de discursos populistas que perpetuam noções negativas face a migrantes. A comunicação divisiva e polarizadora do Partido Chega que visa ostracizar “o outro” intensifica situações de desigualdades, pois alimentam estereótipos e noções negativas face a minorias étnicas, que são percecionadas negativamente pelo resto da população. Estas construções sociais promovidas através de discursos de ódio podem ter como resultado uma maior dificuldade destas comunidades no acesso a habitação, mercado de trabalho entre outros, marginalizando-os em consequência deste tipo de comunicação.

Para tal, torna-se imperativo a implementação de políticas públicas que mitiguem este problema, medidas que não apenas cubram aspetos relativos à integração plena das comunidades migrantes nos países de acolhimento como também ações que promovam a cidadania e o respeito pela diversidade cultural, através de programas de consciencialização para todas as faixas etárias, pois é importante que os mais jovens cresçam sem preconceções sobre o que é diferente devido à tom da pele, religião, nacionalidade e que os adultos, que já cresceram com esses preconceitos, possam desconstruí-los e não reproduzir mensagens populistas.

Quanto à ação online, pois temos assistido a uma proliferação de discurso populista no «X», reforçada com a entrada de Elon Musk na rede social. Contudo, a sua monitorização, no meu entender, não será um mecanismo viável, pois estaria a restringir um espaço *online* de opinião livre, para além da plataforma «X» tem vindo a desenvolver mecanismos de controlo da desinformação. Todavia, é necessário que os atores políticos, tendo em conta a sua posição na esfera social, adotem comportamentos que coadunem com as suas posições de relevo no espaço público. O fim da disseminação de desinformação e de discursos polarizadores, que visam fragmentar a sociedade são essenciais para a estabilidade e desenvolvimento de uma sociedade que aparenta estar mais hostil e fria.

³⁵ Disponível online em: [À procura de algo que nunca existiu: desinformação partilhada pelo Chega custou 45 mil euros ao Estado - SIC Notícias](#)
Consultado a 28/10/2024

Referências Bibliográficas

Almeida, C. R., & Alexandre, I. A. R. (2021). Sensacionalismo no prime-time português: O impacto da CMTV nas coberturas policiais nos telejornais da RTP1, SIC e TVI. Livros ICNOVA.

Baganha, Maria Ioannis; Peixoto, João (1997), "Trends in the 90's: The Portuguese Migratory Experience", in Maria Ioannis Baganha (org.), *Immigration in Southern Europe*. Oeiras: Celta Editora, 15-40.

Bourdieu, P. (1983). The Forms of Capital. In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (pp. 241-258). New York: Greenwood Press.

Chun, Wendy Hui Kyong and Anna Fisher, with Thomas Keenan (2015) *New Media, Old Media: A History and Theory Reader*. 2nd edition: Routledge.

Costa, Antonio & Mauritti, Rosário. (2018). *Classes sociais e interseções de desigualdades: Portugal e a Europa*.

Cote, Joe. (2023). What is new media? Southern New Hampshire University.

Dentith, M. (2017). The Problem of Fake News. *Public Reason*, 8, 65-79.

Dochow-Sondershaus, S., & Teney, C. (2024). A sociological analysis of the role of environmental concerns in shaping political attitudes: A multi-level approach. Springer.

Eribon, D. (2019). *Returning to Reims* (M. Lucey, Trans.). *Semiotext(e)*. (Original work published 2009).

Farhall, Kate; Carson, Andrea; Wright, Scott; Gibbons, Andrew; Lukamto, William (2019). Political Elites' Use of Fake News Discourse Across Communications Platforms. La Trobe. Journal contribution.

Fraser, Nancy (1997). Justice interruptus: critical reflections on the "postsocialist" condition. New York: Routledge.

Góis, Pedro; Marques, José Carlos (2007), Estudo prospectivo sobre imigrantes qualificados em Portugal. Lisboa: ACIDI – Alto Comissariado para a Imigração e Diálogo Intercultural I.P.

Góis, Pedro & Marques, José Carlos (2018). «Retrato de um Portugal migrante: a evolução da emigração, da imigração e do seu estudo nos últimos 40 anos», e-cadernos ces [Online], 29, 15 junho.

Lahoz, André (1994), "Le Pen pede França fechada a estrangeiros", Folha de S. Paulo, (online).

Lamont, M., & Pierson, P. (Eds.). (2019). Inequality as a Multidimensional Process. Dædalus, American Academy of Arts & Sciences.

Lessard-Hébert, M., Goyette, G., & Boutin, G. (2012). Investigação qualitativa: fundamento e práticas. Piaget (5.^a edição).

Lister, Martin; Dovey, Jon; Giddings, Seth; Grant, Iain; & Kelly, Kieran. (2009). New Media: A Critical Introduction. 10.4324/9780203884829.

Machado, F. L. (2002). Contrastes e continuidades: migração, etnicidade e integração dos guineenses em Portugal. Celta Editora.

Mangset, M., Engelstad, F., Teigen, M., & Gulbrandsen, T. J. (2019). The populist elite paradox: Using elite theory to elucidate the shapes and stakes of populist elite critiques. Comparative Social Research, 34, 203-222.

Merton, Robert K. (1970), "A ciência e a estrutura social democrática", em Sociologia. Teoria e Estrutura.

Milanovic, B. (2023). Visions of Inequality: From the French Revolution to the End of the Cold War. Cambridge, MA and London, England: Harvard University Press.
<https://doi.org/10.4159/9780674294639>

Mixão, Marta Pedreira (2023), "Media tradicionais "em declínio" devem "investir mais e melhor no online", Observador (online).

OCDE. (2018). A BROKEN SOCIAL ELEVATOR? HOW TO PROMOTE SOCIAL MOBILITY. OECD.

Oliveira, Catarina Reis de. Indicadores de integração de imigrantes: relatório estatístico anual 2022. 1ª ed. (Imigração em Números – Relatórios Anuais 7) ISBN 978- 989-685-129-3 CDU 316.

Palma, N, Couraceiro, P., Narciso, I., Moreno, J., & Cardoso G. (2021). André Ventura: a criação da celebridade mediática, MediaLab Iscte. <https://medialab.iscte-iul.pt/andre-ventura-a-criacao-da-celebridade-mediatica/>.

Peter, C., & Muth, L. (2023). Social Media Influencers' Role in Shaping Political Opinions and Actions of Young Audiences. Media and Communication, 11(3), 164-174.
<https://doi.org/10.17645/mac.v11i3.6750>.

Piketty, Capital in the Twenty-First Century; and Melvin L. Oliver and Thomas M. Shapiro, Black Wealth/White Wealth: A New Perspective on Racial Inequality. New York: Routledge, 1995.

Pires, R. P. P. (2003). Migrações e integração: teoria e aplicações à sociedade portuguesa.

PIRES, Sónia (2002) «A Etnicização da Imigração na Imprensa Portuguesa», in Revista Antropológicas, n.º 6.

Rodrigues, D., Correia, T., Pinto, I., Pinto, R., & Cruz, C. B. (2014). Um Portugal de Imigrantes: exercício de reflexão sobre a diversidade cultural e as políticas de integração. *Da Investigação às práticas*, 4, 80-109.

Saymon, Sale Ahammed (2023), "The Rise and Influence of Youtube From Video Sharing to Cultural Phenomenon", Medium (online).

Schleffer, G., & Miller, B. (2021). The Political Effects of Social Media Platforms on Different Regime Types. *Texas National Security Review*, 4(3).

Tiedemann, A. (2023). Why Americans Crave Fake News. *Political Reform Program*. (online).

Tilly, C. (1998). *Durable Inequality*. Berkeley, CA, University of California Press.

Tilly, C. (2005). Now That You Mention It. *Contemporary Sociology*, 34(5), 451-453.

Vosoughi, Soroush, Roy, Deb & Aral, Sinan. (2018). The spread of true and false news online.

Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). Information disorder. Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking. Council of Europe report.

Zuquete, J. P. (2022). *Populismo: Lá fora e cá dentro*. Fundação Francisco Manuel dos Santo