

Rafiza Varão¹

Universidade de Brasília

rafiza.carvalho@fac.unb.br

<https://orcid.org/0000-0003-0383-5524>

Sem espelhos planos: Uma análise dos usos dos media pelo populismo russo e pelo populismo digital

*No flat mirrors: An analysis of media uses by
Russian populism and digital populism*

https://doi.org/10.14195/2183-6019_17_6

Abstract:

This article traces a comparison between the uses of media in one of the first populist movements in history, Russian populism, and the uses of the media carried out by contemporary and digital populist currents. This paper is a theoretical analysis carried out from a bibliographic review of the first theme and the second, seeking these elements in the specialized literature. The objective is to identify not only possible similarities between the uses of the media by populism in 19th century Russia and recent populist currents but to discern their differences, including those concerning democracy. The conclusion shows that, despite having some similarities, the differences between the two populisms are more frequent.

Keywords: Populism; Russian populism; digital populism; *media*.

Resumo

Este artigo traça uma comparação entre os usos dos media em um dos primeiros movimentos populistas da história, o populismo russo, e os usos dos media realizados pelas correntes populistas contemporâneas e digitais. Trata-se de uma análise essencialmente teórica, realizada a partir de revisão bibliográfica tanto sobre o primeiro tema quanto sobre o segundo, buscando esses elementos na literatura especializada. O objetivo é identificar não só possíveis aproximações entre os usos dos media pelo populismo na Rússia do Século XIX e as correntes populistas recentes, mas sobretudo dividir suas diferenças, inclusive no que diz respeito à democracia. Conclui-se que, apesar de possuírem alguma semelhança, as diferenças entre os dois populismos se apresentam em maior número.

Palavras-chave: Populismo; populismo russo; populismo digital; *media*.

¹ Professora do Departamento de Jornalismo da Universidade de Brasília. Doutora e Mestre em Comunicação pela Universidade de Brasília.

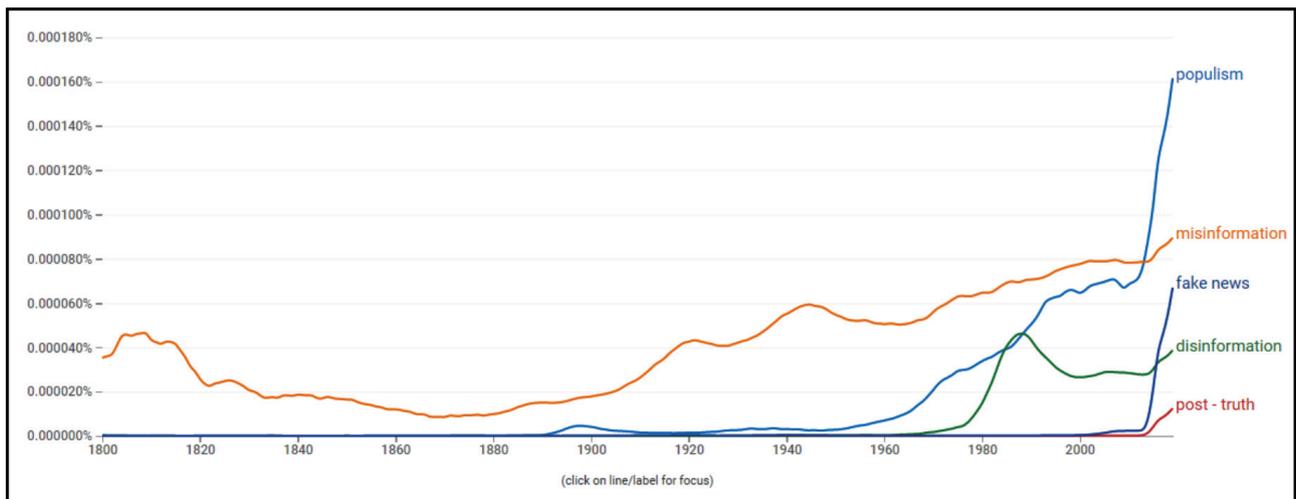


Figura 1. Curva de publicações impressas com o termos populismo, desinformação, fake news, misinformação e pós-verdade, em língua inglesa, de 1800 a 2019. Google Ngram (2022)

Introdução

Durante as primeiras décadas do século XXI, termos como pós-verdade, *fake news*, misinformação e desinformação se tornaram, quase em sequência, palavras do ano em alguns importantes dicionários – resultado de terem inundado não só o cotidiano, como em pesquisas científicas. Associado a essas palavras se encontra o contexto social, político e cultural que se fortalece a partir da maior disseminação das mídias sociais e da movimentação dos atores políticos nesses *loci*, que acabaram se transformando no espaço público por excelência. Em meio a essas escolhas linguísticas, a seleção de outro vocábulo como palavra do ano merece atenção: populismo (escolhido em 2017, pelo *Dicionário Cambridge*). Essa é uma palavra de uso contínuo ao longo dos anos 1900, embora seu emprego também se acentue nessas primeiras décadas do século XXI (conforme pode ser atestado pelo gráfico abaixo).

O termo populismo compartilha com os demais a disputa sobre seus sentidos e questionamentos sobre sua pertinência tanto em relação aos contextos do passado quanto às

possíveis permanências e rupturas que ele carrega para descrever e analisar fenômenos do presente. No que tange à semântica da palavra, há desde a constatação de uma variedade de definições referentes a ela (Mudde & Kaltwasser, 2017) até a discussão epistemológica sobre sua imprecisão (Resende & De Mendonça, 2021).

Este artigo se volta para a história desse vocábulo como estratégia para compreender parte da dimensão semântica da expressão em suas origens e suas possíveis aproximações e/ou divergências em relação ao populismo digital, que hoje alimenta os contextos políticos por meio das mídias sociais (Damiani et al., 2018). Desse modo, retorna-se a uma das primeiras manifestações políticas a se utilizar da ideia de populismo: o movimento *Narodnik*, também conhecido como populismo russo.

Parte-se da premissa, aqui, de que assim como o populismo digital não pode ser desvinculado dos

meios de comunicação que o possibilitam, a ascensão do narodismo só pode ser compreendida a partir da sua vinculação à imprensa. Portanto, este texto investiga, a partir de revisão bibliográfica, aproximações e distanciamentos entre o populismo russo e os populismos que se fortalecem com a digitalização do espaço público, focando sua análise no papel dos *media* e suas mensagens, inclusive no que diz respeito à democracia e à ascensão dos novos cenários de desinformação.

Para tanto, primeiro caracterizamos o movimento *Narodnik* e seu uso da imprensa – levantamento quase inexistente em língua portuguesa; posteriormente, relacionamos o populismo digital e suas principais características no uso das mídias digitais; e, por fim, comparamos as semelhanças e diferenças entre esses populismos nesses aspectos.

Esse movimento de recuo (e de recurso) à história se mostra importante não de modo a reforçar uma ideia de que as manifestações mais recentes do populismo são apenas uma releitura ou uma continuidade de suas expressões passadas, como um reflexo em um espelho plano, mas

2 O mecanismo mapeia publicações impressas sobre um assunto determinado entre 1800 e 2019. Busca realizada em 5 set. 2022.

um caminho para uma compreensão alargada de suas diversas manifestações e sentidos ao longo da história. Espera-se que esse deslocamento em direção ao passado, ainda, contribua para uma discussão mais consistente sobre o populismo tal como ele se apresenta hoje e possibilite o diálogo com o presente – em especial no que diz respeito à comunicação.

Populismo russo, propaganda e imprensa

Embora a origem do populismo em sociedades democráticas contemporâneas seja comumente referenciada a partir da experiência estadunidense, com a fundação do Partido Popular (*People's Party*) em 1892, a ideia de um sistema de governo em que o povo assume o papel central remonta à Antiguidade e, como se sabe, constitui o núcleo mesmo da reflexão democrática. Desse modo, destarte a democracia antiga carregue inúmeras diferenças em relação àquelas as quais denominamos democracias modernas, a etimologia da palavra grega *demokratia* e seus sentidos atuais assinalam uma forma de governo em que

“a administração da coisa pública é responsabilidade do povo e está sob o seu controle” (Vilani, 1999, p. 37). Esse apelo é também parte essencial da retórica populista³ e se faz presente mesmo quando não se trata de uma ideologia que afete apenas países democráticos, como parece ocorrer mais frequentemente na contemporaneidade. Esse é o caso do populismo que surge na Rússia no século XIX, e cujos ideais nascem, se desenvolvem e morrem nas terras do antigo Império Russo (1721-1917), czarista.

De natureza autocrática, o Império Russo escapou quase imune aos ventos da modernidade durante o século XIX, com uma estrutura feudal e a manutenção do sistema de servidão até 1862, com camponeses em situação degradante. Ao mesmo tempo, a Rússia mantinha uma razoável troca cultural com a Europa, sobretudo entre as classes mais abastadas (nobreza e *intelligentsia*), enquanto os servos ignoravam a mudança no exterior. Essa relativa

porosidade resultou em dissidências relacionadas ao que deveria ser o futuro do império. Duas tendências passaram a coabitar, então, conforme Fonseca (2016, p. 39): “a noção ocidentalizante (advinda da força cultural europeia) e a noção regionalizante (a manutenção da cultura genuína russa, vinculada ao oriente)”, sendo a primeira decorrente das mudanças realizadas pelo czar Pedro I, entre o final século XVII e o início do século XVIII. O czar abriu boa parte das fronteiras do país à Europa, resultando não só em modificações geográficas, mas em uma alteração de mentalidade. Com a morte de Pedro I, em 1725, a sensação de pertencimento à Europa foi sendo substituída novamente por sentimentos nacionalistas, focados na especificidade da Rússia, como no eslavismo⁴ – mas que nunca sufocaram por completo as tensões políticas contrárias ao czarismo.

Esse ambiente de ideias antagônicas fomentou um controle ainda

3 O que leva alguns autores a cogitar um populismo benéfico às camadas populares, como Chantal Mouffe. Aqui, tratamos apenas do populismo de direita.

4 Movimento que pregava que o Império Russo possuía características totalmente distintas da Europa, que deveriam ser exaltadas.

mais intenso sobre os meios de comunicação. Noções como liberdade de imprensa eram inexistentes em solo russo, com os czares exercendo rígido controle e censura das informações em circulação, tendo na repressão à imprensa um de seus pilares. Sem ter vivido a revolução da imprensa como outras nações europeias (Franklin, 2017), a Rússia manteve materiais impressos, assim como escritores e jornalistas, sob fiscalização contínua, o que fazia com que a quantidade desses materiais fosse mínima.

O desenvolvimento do jornalismo no país só foi impulsionado graças aos movimentos de oposição ao regime czarista – e pela mesma *intelligentsia* que conseguia transitar em países europeus e retornar à Rússia com o gérmen de uma sociedade livre. A efervescência após a queda do Antigo Regime na França inspirou uma série desses movimentos, cujo crescimento levou ao amadurecimento das ideias socialistas e comunistas que ocasionaram a própria Revolução Russa, em 1917.

Entre esses movimentos, o populismo merece destaque, pois além de se somar às tendências que pregavam uma Rússia livre do czarismo, foi este

quem estimulou o desenvolvimento de uma imprensa livre em língua russa. Foi o populismo, na figura de seu idealizador Alexander Herzen (Venturi, 1960), quem estimulou o início de um jornalismo liberal na Rússia e quem deu prestígio ao mundo impresso naquele país (Breddick, 1944).

Não obstante haja divergências sobre as origens e a extensão do populismo russo, podendo abarcar tendências revolucionárias díspares que coabitavam na Rússia durante o mesmo período, o termo é melhor aplicado ao movimento *Narodnik*, concebido por Herzen entre 1850 e 1860 – e que se encerra com os atos do “Going to the People”, na década de 1970 (Pipes, 1964). O termo *narodnik* deriva do substantivo *narod* (povo) e do adjetivo *narodnyi*, utilizado na Rússia czarista como um equivalente de popular ou até mesmo democrático, e se popularizou alguns anos depois do populismo russo alcançar uma dimensão maior, designando uma fase específica da história do movimento revolucionário (Pipes, 1964). Ao contrário do que aconteceu com o populismo estadunidense, o

movimento *Narodnik*, algumas vezes chamado de socialismo agrário, não deu origem a um partido político⁵.

Os principais objetivos do narodismo eram promover uma justiça e uma igualdade social que emanassem da *obshchina* (a forma de organização do campesinato russo), voltada para uma vida e uma economia essencialmente comunitária. A idealização da *obshchina* estava atrelada à idealização do povo que a compunha e se aproximava daquela rousseauiana, em que as classes sem privilégios são “un-corrupted by the evils of civilization” (Ely, 2021, p. 22). O pensamento *narodnik*, dessa forma, percebia os camponeses a partir de lentes morais quase religiosas, em que “The Narodniks sought ethical values-egalitarian justice, charity, humble nobility of heart – all a Christian inheritance” (Fedotov, 1942, p. 36). No lado oposto a esse povo puro, se encontrava o czar, a encarnação dos males e da corrupção, muitas vezes identificado como o próprio demônio, uma imagem antiga e sempre

5 Os partidos políticos na Rússia só seriam criados ao final do século XIX.

revivida em momentos de crise no país⁶, como na acusação sobre o czar Aleksei Mikhailovich Romano, durante o levante de Moscou em 1648, segundo a qual “the devil stole his mind” (Kivelson, 1993, p. 747).

Provenientes da *intelligentsia*, é claro que os populistas russos não possuíam uma avaliação realista do que era a vida dos camponeses. Ainda assim, acreditavam em seu poder de derrotar a opressão czarista, que mantinha a Rússia num sistema bastante próximo do feudalismo. Não obstante, entendiam que deveriam convencer essa população sobre seu poder e seu papel na construção de uma Rússia livre. A rota para esse convencimento passava pela propaganda, ainda que os próprios *narodniks* confessassem não saber exatamente do que esta se tratava. Havia a convicção de que seria a propaganda a educar os camponeses e a criar uma maioria favorável à adoção do modelo de vida comunitária em toda a Rússia, sem atravessar os percalços da industrialização.

A propaganda, como fenômeno da comunicação que adquirira contornos mais precisos com a expansão dos meios de comunicação de massa (como visto, restritos na Rússia), era um enigma para os populistas russos. Os *narodniks* sabiam muito pouco sobre como executá-la, ou tanto “quanto sabiam sobre partidos estrangeiros” (Venturi, 1960, p. 565). De forma intuitiva, estabeleceram duas frentes para a propaganda do movimento, então: a propaganda de assentamento e a propaganda volante. A primeira seria difundida especialmente pela oralidade, com a presença imersiva dos propagandistas na vida da comuna, de forma a ganhar simpatizantes do movimento no cotidiano, integrando os populistas à *obshchina* (Ely, 2021). No segundo, “they went rapidly from place to place trying to sow seeds of unrest everywhere” (Pedler, 1927, p. 132).

As primeiras incursões dessas formas de propaganda foram frustrantes sob muitos aspectos e evidenciaram que o campesinato não acolheria a presença dos intelectuais populistas em seus círculos, pois o consideravam mais um elemento estranho, desvinculado de sua realidade e, portanto,

pouco confiável. Os camponeses ainda demonstraram ter uma grande devoção ao czar, no sentido religioso da palavra, sendo resistentes à sua demonização.

Além disso, sem o suporte dos meios de comunicação de massa, essa propaganda precisou de diversos outros aparatos para ser construída e disseminada, como folhetos, discursos em locais públicos e, de maneira bastante destacada, pintura, música e literatura. A inserção de trabalhos artísticos nas ações de propaganda *narodnik* ajudou a formar um imaginário orgânico e duradouro sobre o campesinato nas classes consumidoras de arte – e produziu grandes obras na Rússia (Ely, 2021).

Apesar disso, a romantização do campesinato nas artes não aumentou a adesão ao populismo, tanto entre os próprios camponeses quanto entre as classes mais abastadas. Era necessário repensar os esforços de propaganda, o que coube a Herzen. Ele foi o responsável pela nova estratégia de comunicação *narodnik* (Arbuet, 2016) e delimitou como o principal destinatário das mensagens do narodismo não mais o camponês,

⁶ Mais tarde, Pedro III seria apelidado de o “Pequeno Diabo de Holstein”, por exemplo.

mas a elite intelectual, e apostou na criação de uma imprensa russa.

Nesse sentido, o grande trabalho dos jornais seria fomentar a propaganda populista, tendo como público essa elite russa – e confrontar, ao mesmo tempo, a nobreza czarista. Após seis anos de prisão em Vyatka (hoje Kirov)⁷, auto exilado em Londres, Herzen fundou a *Free Russian Press*, em 1853, estabelecendo liberdade de imprensa para as publicações russas, ainda que precisassem ser impressas no Reino Unido. O feito chegou a ser reconhecido pelo próprio Lênin, que rejeitava o movimento populista: “Herzen criou a imprensa russa livre no estrangeiro — nisto reside o seu grande mérito” (Lênin, 1977).

Os jornais eram vistos como peças de propaganda, não como veículos noticiosos, noção que sequer existia na Rússia do período. Mas o que acabou acontecendo, de fato, foi que os jornais populistas auxiliaram na consolidação da disseminação de acontecimentos reais, simultaneamente à ficcionalização do czar, apresentado

como a encarnação do mal, uma espécie de demônio (como em outros momentos da história russa).

Dois títulos do período merecem atenção especial: *Poliarnaia Zvezda* (*A Estrela Polar*) e *Kolokol* (*O Sino*). O primeiro, em formato de almanaque, teve oito edições entre 1856 e 1968. Sua primeira capa trazia a imagem dos líderes da Revolta Dezembrista, condenados à morte, e que possuíam um forte apelo junto à *intelligentsia* russa.

Essa primeira publicação serviu de precursora para o *Kolokol*, que se tornou o mais importante veículo do populismo russo, ainda que com periodicidade irregular entre os anos de 1857 e 1867. A sua permanência durante uma década foi uma proeza, pois a maioria dos jornais do período tinham uma existência efêmera, como atesta Williams (2000, p. 48): “about 50 per cent of the emigre journals published between 1855 and 1905 appeared during only one calendar year, and about one-eighth were in fact issued only once”. A despeito da censura, o *Kolokol* conseguiu ter uma circulação de mais de 2.500 exemplares, a partir de

uma rede de distribuição clandestina, sendo lido até mesmo pelo czar (Berlin, 1982). Assim, o *Kolokol* disseminou a ideologia populista em uma escala considerável, num país que não possuía nem imprensa local nem propaganda e jornalismo bem delimitados.

O *Kolokol* cobriu também uma pauta sobre acontecimentos verdadeiros. Seus editores acreditavam que a credibilidade do jornal deveria ser construída a partir da noção de que o que se publicava se tratava de fato verdadeiro (ainda que não fosse classificado como notícia) (Williams, 2001). A verdade, então, se tornou parte das peças de propaganda e a estratégia transformou Herzen no mais importante jornalista russo do período. Essa percepção é no mínimo curiosa, tendo em vista que a ideia de propaganda passaria a ser, no século seguinte, diretamente relacionada ao engano.

O *Kolokol* oscilou, durante toda a sua existência, entre fatos e propaganda fantasiosa, que hoje poderia ser considerada na esfera da desinformação. A associação do czar ao demônio seguia uma velha cartilha

⁷ Herzen foi preso em 1835, por atividades subversivas contrárias ao czar.

religiosa, pois este, obviamente, não era um diabo. Todavia, mesmo esses conteúdos eram entendidos como uma exposição genuína da degradação à qual o regime czarista submetia o país. Destarte, o jornal cumpria a agenda *narodnik*, revelando abusos de poder pelos oficiais do czar, além de escândalos financeiros e administrativos. O *Kolokol*, ainda, era o único periódico a trabalhar com temas oficialmente proibidos pelo regime, o que gerava grande interesse entre seus leitores. Sua idealização dos camponeses era contrabalançada pelo encampamento de lutas pela melhoria das condições de vida dessa parcela da população e dos ganhos sociais que se dariam a partir de uma integração maior do campesinato às decisões na Rússia.

Desse modo, a propaganda oferecida pelo movimento *Narodnik* por meio do *Kolokol* não se tratava exatamente de um processo de convencimento a partir apenas de ideias irreais acerca dos camponeses, mas foi sendo costurada em torno de uma avaliação mais ou menos consistente dos problemas gerados pelo czarismo.

Guiados por alguma acurácia e denúncias reais, os *narodnik* “took good care to provide their claims with a foundation of actual facts and historical data” (Breddick, 1944, pp. 49-50). Ao *Kolokol* se seguiram muitas outras publicações na mesma linha, pela *Free Russian Press*, de cunho ideológico e político, como o mais popular entre eles, *The Sovremennik*. Todos trabalhavam com o misto de propaganda e jornalismo que o *Kolokol* acabou instituindo.

O populismo russo chegou ao fim após sua radicalização com o *Narodnaia Volia*, o movimento terrorista russo que levou ao assassinato do Czar Nicolau II em 1881, mas pavimentou a mediatização da política na Rússia. Essa mediatização se fortaleceu ainda mais com o movimento socialista, que realizou, com Lênin, a transição do verdadeiro povo russo do campesinato para o proletariado. A essa altura, o uso da propaganda e dos jornais na Rússia, já estava mais sedimentado graças ao trabalho da *Free Russian Press*.

Populismo digital, propaganda e mídias sociais

Mais de um século separa a experiência do populismo russo e o que é chamado aqui de populismo digital. Entre um e outro, a sociedade industrial se consolidou, estabelecendo uma nova ordem social, inclusive na Rússia, com expansão demográfica, revolução agrícola, multiplicação de tecnologias, valorização da educação e da ciência, separação entre produtor e consumidor, economia de produção, e estabelecimento de um mercado capitalista (Autor, 2021). Entre essas mudanças, os processos de comunicação, sobretudo aqueles mediados, sofreram alterações profundas, com uma disseminação inédita de meios técnicos.

Durante todo o século XX, os meios de comunicação elétricos (e os impressos, como jornais e revistas), se tornaram o canal preponderante no sentido de oferecer um conhecimento da sociedade, gerando a sensação de uma experiência social compartilhada entre os indivíduos (Autor, 2021). Os chamados meios de comunicação de massa (hoje também classificados como meios tradicionais, em

contraposição aos digitais) adquiriram uma prevalência sobre outras formas de conhecimento, como Douglas Kellner (2001, p. 9) sintetiza:

Há uma cultura veiculada pela mídia cujas imagens, sons e espetáculos ajudam a urdir o tecido da vida cotidiana, dominando o tempo de lazer, modelando opiniões políticas e comportamentos sociais, e fornecendo o material com que as pessoas forjam sua identidade. (...) As narrativas e as imagens veiculadas pela mídia fornecem os símbolos, os mitos e os recursos que ajudam a constituir uma cultura comum para a maioria dos indivíduos em muitas regiões do mundo de hoje.

Isso significa dizer que o uso desses meios se tornou um dos definidores da sociedade, instituindo-os como mediadores do espaço público (Resende, 2005). As relações entre política e meios de comunicação se estreitaram nesse ínterim, e a propaganda política se desenvolveu de maneira exponencial nesse período, sendo apontada

como definidora dos rumos que a história seguiria dali em diante.

Não à toa, a área da Comunicação se desenvolve muito a partir de suas reflexões sobre a propaganda política até os anos de 1946. Em geral, esses estudos demonstram o poder de persuasão desse tipo de mensagem, destrinchando desde sua organização até seus possíveis efeitos. Num primeiro momento, consolidam uma perspectiva negativa sobre esse instrumento, entendido como uma arma psicológica (Lasswell, 1938; Merriam, 1919), usada para enganar sua audiência.

Essa é uma percepção que se estendeu sobre a propaganda durante todo o século XX, e que, de fato, permeou o populismo. E se este se utilizou dos meios tradicionais durante o século XX para se disseminar, encontrou nas mídias digitais mecanismos para driblar o controle e a centralização que os meios de comunicação de massa exerciam. O uso dos *media* pelo populismo, tanto no passado quanto no presente, é fartamente documentado e analisado – diferente do que acontece com o populismo russo. Assim, há hoje

razoável consenso sobre esse uso pelos movimentos que são agrupados aqui sob o guarda-chuva do populismo digital. Enquanto os populistas russos buscaram a imprensa como forma de alcançar os cidadãos, o populismo digital dá as costas para o jornalismo, de muitas formas – e cria seu próprio *ethos* comunicativo. Além disso, no populismo russo do século XIX, os meios de comunicação e seus usos eram controlados pelo Estado, o que não se configura na maioria dos cenários do populismo digital.

A princípio, esse movimento se iniciou com os chamados *blogs*, de maneira paradigmática com o 5 Stelle, organização originalmente não partidária, na Itália. Lançado em 26 de janeiro de 2005, o *blog* *beppegrillo.it* se tornou o mais visitado do país em apenas algumas semanas, e catapultou a popularidade de seu proprietário, o comediante Giuseppe (Beppe) Piero Grillo. Este foi claramente influenciado pela tradição populista italiana (Fella & Ruzza, 2013) e sobretudo pelo caminho aberto pelo ex Primeiro Ministro italiano Silvio Berlusconi na TV, também um populista – ainda que seja bastante

simplista afirmar que Grillo seja apenas uma continuação de Berlusconi, com o primeiro tentando se opor muitas vezes ao segundo (Bortoluzzi & Semino, 2016).

De cunho notoriamente populista, o *blog* direcionava seus conteúdos para o estímulo do ressentimento contra o *establishment*: “sob a marca antielitista, anticorrupção, (...) anti-pluralista, defensora dos valores morais e do neoliberalismo econômico – elementos característicos do populismo de direita em ascensão nas principais democracias do mundo” (Vieira & Selegim, 2020, p. 164). A ideia era que qualquer pessoa poderia ter seus pensamentos políticos expressos na internet e influenciar as decisões na Itália a partir disso. O movimento, já partidário, se transformou em uma grande força nas eleições italianas de 2013, garantindo ao partido 103 cadeiras (de 603) na Câmara dos Deputados e 54 (de 321) no Senado do país.

Nas décadas seguintes, as mídias sociais potencializaram a cartilha de Beppe, com suas comunidades on-line (apoiadas por empresas como Facebook, Twitter, Instagram etc.), com a:

criação de perfis semi-públicos; ferramentas de comunicação pública, como recurso de comentários que exhibe a conversa no perfil da pessoa, tanto com SRS quanto fora (comentários do Facebook); atualizações de status transmitidas para amigos através de um Mural; likes – uma ferramenta de emoção positiva e expressão de concordância; e ações – uma ferramenta para copiar e distribuir a informação publicada por outra pessoa (Grzywinska & Batorski, 2016, p. 22).

Foram essas mídias sociais que ajudaram a consolidar a ideia de um populismo digital (também chamado de tecnopopulismo) como fenômeno global, referindo-se:

ao uso crescente da tecnologia digital para coordenar ações e decisões coletivas em nome das chamadas pessoas comuns. Os partidos tecnopopulistas usam a internet para engajar os membros de seu partido e depois afirmam que suas ações são expressões

diretas do que o público deseja (Leavy, 2020, p. 2).

Como se vê, o próprio conceito é indissociável dos meios digitais de comunicação. Quanto às características do emprego desses meios pelas correntes populistas contemporâneas, sobretudo aquelas alinhadas à direita radical, uma larga bibliografia (Bartlett, 2014; Gerbaudo, 2018; Guazina, 2019; Hopster, 2021; Mercuri & Lima-Lopes, 2020, entre outros).

A mais premente entre elas é a superação da necessidade dos meios de comunicação tradicionais para disseminação de propaganda política, eliminando a demanda de mediadores entre eleitores e candidatos ou políticos. Isso suprime os mecanismos de controle que atravessam as empresas de mídia tradicionais, que possuem um grau maior de possibilidade de judicialização de conteúdos fora de princípios em desacordo com os códigos deontológicos da área da comunicação ou mesmo na esfera criminal. Trata-se de um contexto em que

A Internet e a comunicação em rede que a caracteriza, provocaram uma descentralização dos

processos comunicacionais, permitindo que polos individuais externos às elites midiáticas, políticas e aos agentes orgânicos do campo do jornalismo, possam difundir mensagens que escapam ao controle dos mediadores tradicionais (Prior, 2019, p. 135).

Esse populismo se constrói também nos contextos da pós-verdade e leva ao extremo as distorções que sempre coabitaram com a propaganda política. Desse modo, a desinformação se prolifera como parte integrante de uma cultura emergente (Cover et al., 2022; Williams, 1977), em que uma noção mais rígida de verdade se torna irrelevante. A desinformação (ou o engano, a mentira, a distorção) não é mais um detalhe, mas um componente central de propaganda. A desconfiança em relação aos meios de comunicação tradicionais se estimula nesse cenário, pois sobre essa suspeita se constrói o alicerce de credibilidade das mídias vinculadas aos populistas, que se tornam fonte da verdade, aquela verdade em que seus eleitores devem acreditar (Prior, 2019). O jornalismo perde

Esse populismo se constrói também nos contextos da pós-verdade e leva ao extremo as distorções que sempre coabitaram com a propaganda política

credibilidade continuamente e passa a ser definido como *fake news* sempre que contrário ao ator populista – por ele mesmo e por seus seguidores. Os jornalistas passaram a ser identificados como inimigos, gerando uma série de ataques a esses profissionais (inclusive físicos), onde esse tipo de ator chega ao poder. No Brasil, por exemplo, durante o governo de Jair Bolsonaro, os índices de violência contra jornalistas cresceram assombrosos 427,5% (Federação Nacional dos Jornalistas & Observatório da Ética Jornalística, 2022), com ataques efetuados por parte dos eleitores, mas especialmente pelo próprio mandatário.

Ainda nessa esfera, os próprios eleitores passam a fazer parte de um sistema ativo de produção e circulação das informações nas mídias sociais, tornando a campanha e a propaganda ações permanentes – e se reforçam como cultura, muito mais que algo episódico, ligado a uma eleição isolada. Os usuários se engajam na disseminação da agenda populista, a partir de uma mobilização constante (Da Empoli, 2019). Não há noção de periodicidade, as

	Populismo russo	Populismo digital
Meios utilizados	Jornal impresso.	Meios digitais.
Forma predominante de mensagem	Propaganda, compreendida de modo intuitivo.	Propaganda, com amplo conhecimento de suas técnicas.
Periodicidade	Limitada às possibilidades de publicação e circulação de material clandestino, irregular.	Noção de periodicidade nas mídias digitais inexistente, com mobilização de eleitores contínua, sobretudo com desinformação.
Relação com conteúdos verdadeiros	Uso da verdade como forma de propaganda. Mínimo recurso à desinformação (como, por exemplo, no caso do czar como demônio). A propaganda é compreendida, em parte, como forma de relatar fatos.	Uso acentuado de desinformação como forma de propaganda. Uso da verdade de forma restrita para alguma associação com fatos isolados. Fomenta descrédito do jornalismo tradicional.
Público	A princípio, o campesinato. Posteriormente, a <i>intelligentsia</i> russa.	Cidadãos ressentidos com a classe política e/ou a elite econômica e cultural do país.
Definição de povo	Povo camponês, sem líderes individualizados.	Definição vaga, focada em um líder individual, por meio do qual o povo se realiza.
Presença dos meios	Diminuta, sem profissionalização. Imprensa instituída no exterior, com circulação clandestina, administrada por intelectuais.	Pervasiva, profissionalizada e descentralizada a partir do advento dos meios digitais e das mídias sociais, desterritorializada, eleitores incluídos no sistema de produção e compartilhamento de mensagens.
Liderança a ser colocada no poder	Coletiva (o campesinato).	Individual (o político populista).
Relação com a religião	Baseada no imaginário cristão, mas sem apelar diretamente a ele como sistema de crenças.	Baseada sobretudo na fé cristã, que encontra no líder populista sua defensora.
Relação com o autoritarismo	Inexistente no movimento liderado por Herzen. Parte de um <i>zeitgeist</i> da democracia moderna.	Baseada no autoritarismo e autoridade do líder. Como portador da verdade, o líder pode tomar qualquer atitude, rompendo com os princípios das democracias contemporâneas.

Tabela 1. Diferenças e semelhanças entre o populismo russo e o populismo digital

Fonte: Elaborado pela autora

publicações podem ser realizadas em qualquer momento. Há uma difusão amplificada de conteúdo, tanto por usuários humanos quanto por *bots* (códigos de programa que realizam funções automáticas, nesse caso republicando conteúdos), adotados pelos populistas como estratégia de criação de um clima de opinião (no sentido de Noelle-Neumann, 1995). Isso gera aumento da disseminação de desinformação, em que

a necessidade de mobilização constante do eleitorado através da difusão diária de conteúdo alarmista e conspiratório pode ser vista, no idioma das teorias de sistemas, como desempenhando a importante de manter a função anti-entrópica integridade de um sistema líder-povo que, deixado a si mesmo, cedo ou tarde

se desagregaria diante das perturbações do entorno (Cesarino, s.d., p. 14).

Atrelada a essa agenda e mobilização contínuas, a figura do líder carismático (Deusdad, 2003), presente em todo o século XX, permanece no populismo digital. A imagem de alguém que se sacrifica pelo povo, pela nação, unifica os desejos do eleitorado, a ser conduzido para a salvação por este ator político central, inclusive no sentido messiânico (Demuru, 2021). Não à toa, há no discurso populista um apelo à religião, especialmente as cristãs, e a uma moralidade baseada nessa religião. O caso do Brasil, por exemplo, mostra que a adesão ao atual presidente Jair Bolsonaro é maior entre eleitores com perfil religioso, em especial evangélicos (Oro & Alves, 2020), que identificam nele o responsável

pela realização dos planos de Deus para o país. Aí, tem-se outro ponto relevante: o apelo ao povo é um apelo ao líder, na verdade. Este passa a ser a instância a ser protegida, pois aquilo que se denomina povo só pode ter sua existência garantida pelo populista. Essa associação à figura de um líder que conduzirá o povo ao apaziguamento nacional flerta quase que invariavelmente com o autoritarismo (Câmara, 2021). Portanto, como messianismo, o populismo se coloca acima das leis e até mesmo da constituição dos países, colocando sob risco os próprios ideais democráticos.

Todas as características apresentadas aqui sobre o populismo russo e o populismo digital, ainda que listadas de maneira resumida, revelam que o segundo, no fundo, mantém pouco ou quase nada daquilo que se manifestava no movimento *Narodnik*.

**Considerações finais:
populismo russo, populismo
digital e *media*, uma
comparação**

Neste texto, ao buscar as semelhanças entre o populismo russo e o populismo digital em relação ao uso dos meios de comunicação, nos interessava perceber quais eram suas diferenças, como forma de compreender os movimentos contemporâneos a partir de suas especificidades. Conclui-se que mesmo suas semelhanças se dão em dimensões razoavelmente díspares. A tabela abaixo mostra as dissonâncias e aproximações entre o populismo russo e o populismo digital, quanto ao uso dos *media*, bem como em relação a alguns componentes das mensagens nesses meios (a figura do líder, por exemplo), como maneira de sintetizá-las nestas considerações finais.

O breve apanhado realizado na tabela acima, reforça a disparidade entre os dois movimentos, restando como única semelhança incontestada a delimitação das ações de propaganda como centrais para os dois movimentos – e, claro, a centralidade de uma definição de povo. Contudo, enquanto o populismo russo parece

se aproximar de um *zeitgeist* de reconhecimento de um poder coletivo do povo (seja ele qual for), próprio do século XIX, o populismo digital, ao centrar-se na figura de um líder individual, coloca em risco esse ideal.

Nas outras instâncias, as distinções entre as duas formas de populismo se mostram evidentes ainda e nos mostram as peculiaridades na percepção da ação dos meios de comunicação, assim como particularidades na construção das mensagens pelo populismo russo e pelo populismo digital. Percebe-se que longe de se tratarem meramente de reflexos ou continuidades, são fenômenos distintos, cuja constituição se dá, entre outros fatores, a partir da lógica dos meios dos quais se apropriam, específicos de momentos históricos singulares.

Referências

Arbuet, C. (2016). El populismo, una invención rusa. *Prácticas de Oficio*, 2, 1-10.

Bartlett, J. (2014). Populism, social media and democratic strain. In C. Sandelin (Ed.), *European populism and*

winning the immigration debate (pp. 99-114). Fores.

Berlin, I. (1960). Introduction. In F. Venturi (Ed.), *Roots of revolution: A history of the populist and socialist movements in nineteenth century Russia* (pp. VII-XXX). Weidenfeld and Nicolson.

Berlin, I. (1982). Introduction. In A. Herzen (Ed.), *My past and thoughts: The memoirs of Alexander Herzen* (pp. xix- xliii). University of California Press.

Bortoluzzi, M., & Semino, E. (2016). Face attack in Italian politics: Beppe Grillo's insulting epithets for other politicians. *Journal of Language Aggression and Conflict*, 4(2), 178-201. <https://doi.org/10.1075/jlac.4.2.02bor>

Breddick, D. (1944). Development of the press in nineteenth century Russia. *Journalism Quarterly*, 21(1), 45-54. <https://doi.org/10.1177/107769904402100106>

Câmara, H. F. (2021). Populistas e autoridades? Debates sobre usos do conceito. *Revista Direito e Práxis*, 12, 861-884. <https://doi.org/10.1590/2179-8966/2020/50402>

Cesarino, L. (n.d.). Populismo digital: roteiro inicial para um conceito, a

- partir de um estudo de caso da campanha eleitoral de 2018 (manuscrito). *Academia.edu*. Recuperado em 13 de fevereiro de 2024, de https://www.academia.edu/38061666/Populismo_digital_roteiro_inicial_para_um_conceito_a_partir_de_um_estudo_de_caso_da_campanha_eleitoral_de_2018_manuscrito_Cover, R. et al. (2022). *Fake news in digital cultures: Technology, populism and digital misinformation*. Emerald Group Publishing.
- Da Empoli, G. (2019). *Os engenheiros do caos: Como as fake news, as teorias da conspiração e os algoritmos estão sendo utilizados para disseminar ódio, medo e influenciar eleições*. Vestígio Editora.
- Damiani, M., Llamazares, I., & Anselmi, M. (2018). Introducción: variedades del populismo en Europa tras la Gran Recesión. *Revista Internacional de Sociología*, 76 (4), e115-e115.
- Demuru, P. (2021). Teorias da conspiração e populismo messiânico no Brasil contemporâneo: Uma perspectiva semiótico-cultural. *Estudos Semióticos*, 17(2), 264-291. <https://doi.org/10.11606/issn.1980-4016.esse.2021.180942>
- Deusdad, B. (2003). El concepto de liderazgo político carismático: Populismo e identidades. *Opción*, 19 (41), 9-35.
- Ely, C. (2021). *Russian populism: A history*. Bloomsbury Publishing.
- Fedotov, G. P. (1942). The religious sources of Russian populism. *Russian Review*, 1(2), 27-39. <https://doi.org/10.2307/125199>
- Fella, S., & Ruzza, C. (2013). Populism and the fall of the centre-right in Italy: The end of the Berlusconi model or a new beginning?. *Journal of Contemporary European Studies*, 21(1), 38-52. <https://doi.org/10.1080/14782804.2013.766475>
- Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ) & Observatório da Ética Jornalística (objETHOS) da Universidade Federal de Santa Catarina. (2022). Dossiê FENAJ-objETHOS: Ataques ao jornalismo e ao seu direito à informação [Recurso eletrônico]. UFSC.
- Fonseca, L. C. (2016). O contexto histórico da Rússia czarista e o surgimento do romance social de Dostoiévski. *Litterata: Revista do Centro de Estudos Portugueses Hélio Simões*, 6(1), 38-53. <https://doi.org/10.36113/litterata.v6i1.1216>
- Franklin, S., & Bowers, K. (2017). *Information and empire: Mechanisms of communication in Russia, 1600-1854*. Open Book Publishers.
- Gerbaudo, P. (2018). Social media and populism: an elective affinity?. *Media, culture & society*, 40(5), 745-753. <https://doi.org/10.1177/0163443718772192>
- Grzywinska, I., & Batorski, D. B. (2016). How the emergence of social networking sites challenges agenda-setting theory. *Konteksty Społeczne*, 4(1), 19-32.
- Guazina, L. (2019). Novos e velhos desafios para as democracias em tempos de populismo. *Revista Compólitica*, 9(3), 215. <https://doi.org/10.21878/compolitica.2019.9.3.376>
- Hopster, J. (2021). Mutual affordances: The dynamics between social media and populism. *Media, culture & society*, 43(3), 551-560. <https://doi.org/10.1177/0163443720957889>
- Kellner, D. (2001). *A cultura da mídia: Estudos culturais: Identidade e política entre o moderno e o pós-moderno*. Edusc.
- Kivelson, V. A. (1993). The devil stole his mind: The tsar and the 1648 Moscow uprising. *The American*

- Historical Review*, 98(3), 733-756. <https://doi.org/10.2307/2167548>
- Leavy, E. (2018). *Technopopulism: Movimento Cinque Stelle, Podemos, and the rise of digital direct democracy* [Tese de Doutorado, University of North Carolina]. Carolina Digital Repository. <https://doi.org/10.17615/vzkd-c186>
- Lênin, V. I. (1977). À memória de Herzen. Arquivo Marxista na Internet. <https://www.marxists.org/portugues/lenin/1912/05/08.htm>
- Mudde, C., & Kaltwasser, C. R. (2017). *Populism: A very short introduction*. Oxford University Press.
- Mercuri, K. T., & Lima-Lopes, R. E. (2020). Discurso de ódio em mídias sociais como estratégia de persuasão popular. *Trabalhos em Linguística Aplicada*, 59, 1216-1238. <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/tla/article/view/8658475>
- Merriam, C. (1919). American publicity in Italy. *The American Political Science Review*, 13(4), 541-555. <https://doi.org/10.2307/1944209>
- Noelle-Neumann, E. (1995). *La espiral del silencio*. Paidós.
- Oro, A.P., & Alves, D. (2020). Jair Bolsonaro, líderes evangélicos negacionistas e a politização da pandemia do novo coronavírus no Brasil. *Sociedad y religión*, 30(54), 121-147. <https://www.redalyc.org/journal/3872/387266471006/>
- Pedler, A. (1927). Going to the people. The Russian narodniki in 1874-5. *The Slavonic Review*, 6(16), 130-141. <http://www.jstor.org/stable/4202141>
- Pipes, R. (1964) Narodnichestvo: A semantic inquiry. *Slavic Review*, 23(3), 441-458. <https://doi.org/10.2307/2492683>
- Prior, H. (2019). Em nome do povo: o populismo e o novo ecossistema midiático. In J. Figueira & S. Santos (Orgs.), *As fake news e a nova ordem (des) informativa na era da pós-verdade* (pp. 123-145). Imprensa da Universidade de Coimbra.
- Resende, E. S. A., & de Mendonça, D. (2021). A especificidade do populismo de esquerda. *História*, 40, 1-18. <https://doi.org/10.1590/1980-4369e2021061>
- Resende, F. (2005). A comunicação social e o espaço público contemporâneo. *Revista ALCEU-Revista de Comunicação, Cultura e Política/Departamento de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro*, 5, 129-145. http://revistaalceu-acervo.com.puc-rio.br/media/alceu_n10_resende.pdf
- Venturi, F. (1960). *Roots of revolution: A history of the populist and socialist movements in nineteenth century Russia*. Weidenfeld and Nicolson.
- Vieira, A. D. O., & Selegim, A. D. (2020). Populismo, governabilidade e opinião pública: uma análise da influência das mídias digitais no processo decisório presidencial. *Agenda Política*, 8(2), 163-186. <https://doi.org/10.31990/agenda.2020.2.9>
- Vilani, C. (1999). Democracia antiga e democracia moderna. *Cadernos de História*, 4(5), 37-42. <https://periodicos.pucminas.br/index.php/cadernoshistoria/article/view/1697>
- Williams, H. (2000). ‘Vesti i slukhi’: The Russian émigré press to 1905. *Revolutionary Russia*, 13(2), 45-61. <https://doi.org/10.1080/09546540008575726>
- Williams, H. (2001). Ringing the bell: Editor-reader dialogue in Alexander Herzen’s *Kolokol*. *Book History*, 4(1), 115-132. <http://doi.org/10.1353/bh.2001.0012>
- Williams, R. (1977). *Marxism and literature*. Oxford Paperbacks.