

ELITES EM TEMPOS DE DISSONÂNCIA PÚBLICA: DE LASSWELL À RECONFIGURAÇÃO DIGITAL DO PODER

Elites in times of public dissonance: from Lasswell to the digital reconfiguration of power

Élites en tiempos de dissonância pública: de Lasswell a la reconfiguración digital del poder

Vasco Ribeiro¹

DOI: 10.31501/esf.v1i35.16967

Resumo: Este ensaio revisita o recrutamento das elites de Lasswell (1952), articulando-o com o capital social de Putnam (1976), a fragmentação da esfera pública de Habermas (2022) e a dissonância de Pfetsch (2023). Argumenta que, em contextos de desordem informativa e erosão da mediação jornalística, emerge uma nova lógica de atuação das elites assente na exploração estratégica da polarização e da desinformação algorítmica.

Palavras-chave: Elites. Propaganda. Esfera pública digital. Desinformação. Populismo.

Abstract: This essay revisits Lasswell's elite recruitment theory (1952), linking it to Putnam's social capital (1976), Habermas's fragmentation of the public sphere (2022), and Pfetsch's dissonance concept (2023). It argues that, in contexts of informational disorder and declining journalistic mediation, a new logic of elite action emerges, grounded in the strategic exploitation of polarisation and algorithmic disinformation.

Keywords: Elites. Propaganda. Digital public sphere. Disinformation. Populism.

Resumen: Este ensayo revisita el reclutamiento de élites de Lasswell (1953), articulándolo con el capital social de Putnam (1976), la fragmentación de la esfera pública de Habermas (2022) y la disonancia de Pfetsch (2023). Sostiene que, en contextos de desorden informativo y erosión de la mediación periodística, emerge una nueva lógica de actuación de las élites basada en la explotación estratégica de la polarización y la desinformación algorítmica.

Palabras-clave: Élites. Propaganda. Esfera pública digital. Desinformación. Populismo.

¹ Doutor; Universidade do Porto, Porto, Portugal. vribeiro@letras.up.pt | <https://orcid.org/0000-0001-8182-9395>

Introdução

“O fascismo é uma minhoca que se infiltra na maçã, ou vem com botas cardadas ou com pezinhos de lã.”
Sergio Godinho, “Lá isso é”, in Pano-crú, 1978

As eleições húngaras de abril de 2026 oferecem um caso analiticamente fértil, não porque resolvam a questão do populismo autoritário que Viktor Orbán² representou durante década e meia, e que académicos como Enyedi (2016) e Gerbaudo (2018) documentaram com rigor. Revelam, isso sim, a emergência de uma alternativa que nasce no interior do próprio sistema de poder, já que a ascensão de Péter Magyar³, frequentemente apresentado como pró-europeu e renovador, assenta num percurso próximo da extrema-direita e profundamente ligado às estruturas de recrutamento das elites que marcaram a Hungria de Orbán, sendo mais "provável que represente uma versão mais jovem do governo de Fidesz [de Orbán], do que de uma transformação democrática genuína" (Perevezentseva,

² Viktor Orbán (1963 -) foi primeiro-ministro em dois períodos distintos, entre 1998 e 2002 e, de forma contínua, desde 2010. Formado em Direito, iniciou a sua carreira política como um dos fundadores da Fidesz, em 1988, que foi, originalmente, um movimento liberal e anticomunista. Ao longo das décadas seguintes, liderou a transformação ideológica do partido para uma orientação conservadora, nacionalista e soberanista. O seu governo tem sido frequentemente caracterizado como promotor da defesa da identidade cultural e religiosa, o controlo da imigração e uma visão crítica da integração europeia. O seu estilo de liderança tem sido igualmente associado a estratégias de controlo da Justiça e dos media e de uma forte personalização do poder político (Enyedi, 2016; Krekó & Enyedi, 2018).

³ Péter Magyar (1981 -) é primeiro-ministro da Hungria, eleito nas eleições legislativas de abril de 2026, após uma rápida ascensão política iniciada em 2024. Com formação em Direito e experiência prévia em funções ligadas a instituições estatais durante governos do Fidesz, foi durante anos considerado próximo das elites governamentais, tendo sido também casado com a ex-ministra da Justiça Judit Varga. A sua projeção pública ocorreu na sequência de um escândalo político envolvendo um indulto presidencial que abalou o governo de Viktor Orbán, momento a partir do qual se posicionou como um desafiante *anti-establishment*. Fundador do movimento político Tisza, construiu uma base de apoio assente numa forte presença nas redes sociais e numa retórica de rutura com o sistema político estabelecido (Benedek, 2026).

2025). O que é significativo ainda, para os fins deste ensaio, é, a par com tantos outros populistas de todo o mundo, o modo como Magyar construiu a sua ascensão, não através dos canais institucionais tradicionais de recrutamento das elites, mas antes através de uma mobilização digital intensa, de uma comunicação emocional direta e de uma narrativa populista que instrumentalizou o ressentimento contra as elites estabelecidas de que também faz parte, como o demonstra István Benedek (2026):

... a aplicação *Tisza Világ*, lançada em setembro de 2025 e rapidamente comprometida por um incidente de pirataria informática com fortes conotações políticas, gamifica o ativismo ao atribuir pontos e distintivos por tarefas que vão desde a conquista de aldeias até à produção de memes, integrando assim o envolvimento online com a organização presencial e reforçando a infraestrutura participativa do movimento. O partido corporiza uma repolarização transformadora, mobilizando uma coligação de "oposição universal"... (Benedek, 2026, p. 24)

Este aparente paradoxo faz-nos questionar se, no atual contexto de elevada fragmentação e dissonância comunicacional, que em muito agudizou o galopante cinismo (Lang & Lang, 1983), a ignorância política dos cidadãos (Meyer, 2002) e o seu consequente afastamento (Schlesinger, 2006), não estará a formação da opinião pública cada vez mais dependente de dinâmicas de desinformação, manipulação e da erosão da mediação jornalística (Matos et al., 2021). E, não menos importante, que implicações tem este processo para a própria natureza e recrutamento das elites políticas?

É a partir desta interrogação que este ensaio revisita a teoria do recrutamento das elites de Lasswell et al. (1952), articulando-a com as transformações identificadas por Putnam (1976), Habermas (2022) e Pfetsch (2023). O argumento central é que o poder contemporâneo não se reconfigura apenas ao nível da composição das elites, mas sobretudo nas competências e nas lógicas comunicacionais

que estruturam a formação da opinião pública. Neste novo contexto, parece emergir uma outra forma de recrutamento e atuação das elites, que não assenta exclusivamente na *persuasão* ou na *coerção*, como advogava Lasswell et al. (1952), mas na exploração estratégica da desordem informativa.

1. Da teoria clássica das elites à tecnocratização

Na literatura clássica sobre o estudo das elites identifica-se um denominador comum nas sociedades que aponta para a existência de “uma classe que governa e uma classe que é governada” (Mosca, 1939, p. 50) ou “um estrato superior, que geralmente contém os governantes, e um estrato inferior, que geralmente contém os governados” (Pareto, 1965, p. 113). O teórico italiano Gaetano Mosca (1939, p. 50) é particularmente clarificador ao afirmar que “a primeira classe, sempre a menos numerosa, desempenha todas as funções políticas, monopoliza o poder e usufrui das vantagens que esse poder proporciona, enquanto a segunda, mais numerosa, é dirigida e controlada pela primeira, de uma forma que é ora mais ou menos legal, ora mais ou menos arbitrária e violenta, e fornece à primeira, pelo menos em aparência, os meios materiais de subsistência e os instrumentos que são essenciais à vitalidade do organismo político.”

É neste quadro teórico que Harold D. Lasswell, Daniel Lerner e C. Easton Rothwell (1952) desenvolvem os estudos RADIR⁴, nos quais aplicam uma análise comparativa, que se concentra pela

⁴ O projeto *Revolution and the Development of International Relations* (RADIR) foi um programa de investigação desenvolvido pelo Hoover Institute and Library on War, Revolution, and Peace, orientado para o estudo das revoluções e das suas consequências para a política mundial e para o desenvolvimento das relações internacionais, que no caso do estudo das elites ficou a cargo de Harold Lasswell, Daniel Lerner e Easton Rothwell (1952).

primeira metade do século XX, do recrutamento das elites revolucionárias bolcheviques, nazis, comunistas chineses e do Kuomintang, mas também das elites capitalistas dos Estados Unidos, Reino Unido e França. O estudo demonstra que, nos Estados Unidos, se destaca “uma forte permeabilidade entre o mundo dos negócios e o poder político, com uma interacessibilidade elevada que permite que a eminência empresarial conduza diretamente à influência governativa e vice-versa” (Lasswell et al., 1952, p. 31). Na Grã-Bretanha, pelo contrário, “a política afirma-se historicamente como uma carreira” (Lasswell et al., 1952, p. 31) relativamente autónoma, o que explica o papel mais reduzido dos homens de negócios e advogados e a relevância de trajetórias internas ao próprio aparelho governativo. A França apresenta um modelo em que tanto “os militares como os altos funcionários têm um papel mais limitado no acesso à elite política” (Lasswell et al., 1952, p. 31), sendo a principal via a carreira partidária profissionalizada e, ainda neste contexto, a gestão da imprensa partidária surge como uma ocupação crucial que sustenta a progressão política, explicando a presença expressiva de indivíduos oriundos do jornalismo entre as elites governativas francesas. Já no caso das “elites revolucionárias bem-sucedidas, como os bolcheviques, nazis, Kuomintang e os comunistas chineses, os estudos revelam que o poder de topo tende a ser transmitido para as mãos daqueles especializados em coerção e controlo” (Lasswell et al., 1952, p. 32). A riqueza descritiva e documental da análise que Lasswell e a sua equipa dedicam aos revolucionários justifica a transcrição alargada da passagem sobre a Rússia bolchevique:

O exemplo mais claro é o Politburo, o ápice político do bolchevismo soviético. No primeiro período (leninista), o Politburo era dirigido por mestres da persuasão. Lenine, Trotsky, Zinoviev, Kamenev, Bukharin - estes cinco homens compunham o Politburo inicial. Eram intelectuais de elevada qualidade, especialistas em disputa teórica e extraordinariamente eficazes propagandistas políticos. O segundo período, o

interregno entre a morte de Lenine e a supremacia de Estaline, foi marcado por uma luta entre precisamente estes especialistas em persuasão e especialistas em coerção. O triunfo completo destes últimos é claro a partir da composição do Politburo no terceiro período (estalinista). Desapareceram os intelectuais provenientes de famílias de classe média, criados em centros urbanos, com educação universitária elevada, amplamente viajados, com perspectivas cosmopolitas. No seu lugar surgiram plebeus de origens camponesas rurais, sem educação formal, sem experiência no estrangeiro, sem interesse por problemas intelectuais. Os mestres da disputa teórica e da persuasão, como Lenine e Trotsky, foram sucedidos por mestres de competências organizacionais e policiais, como Malenkov e Beria. A ausência de propagandistas do Politburo atual manifesta-se de várias formas. O estilo pessoal do típico membro do Politburo foi transformado em padrões de comportamento mais apropriados ao novo regime político que foi criado na União Soviética. A autoexposição exuberante e a participação dos primeiros propagandistas, úteis num tempo em que a atenção pública tinha de ser conquistada e persuadida a aderir aos canais bolcheviques, foram substituídas por um recuo e uma supervisão impessoal do aparelho do Partido, uma função mais valorizada numa época em que o controlo público (em vez da persuasão) é a principal tarefa da elite. Este distanciamento deliberado do Politburo atual da atenção e afeição públicas é assinalado pelo facto de que nenhum membro vivo do Politburo, com exceção de Estaline, foi objeto de uma biografia autorizada publicada na U.R.S.S.” (Lasswell et al., 1952, p. 33)

Após o fim da Segunda Guerra Mundial as elites políticas tendem a afastar-se de uma matriz predominantemente ideológica e passam a assumir traços crescentemente burocráticos. Quem defende esta mudança de paradigma é Robert Putman (1976) em *The comparative study of elites*, que a descreve como a “ascensão dos tecnocratas aos níveis superiores entre as elites - a sua designação como uma meritocracia baseada na competência, em contraste com uma aristocracia de nascimento ou uma plutocracia da riqueza - representa o novo pragmatismo em ação entre os povos da Europa do pós-guerra.” (Putman, 1976, p. 212)

A ideia de que o poder deve ser exercido por uma elite esclarecida e orientada pelo bem comum, frequentemente associada à tradição tecnocrática, ganha aqui nova centralidade. Nesta perspectiva, assume-se que uma nova elite, definida pela qualificação técnica e pela especialização, não só partilha credenciais, como também uma visão convergente da ação governativa, atuando de forma coordenada e racional. No contexto da Europa Ocidental, começa-se a valorizar o papel dos tecnocratas enquanto decisores que abordam os problemas públicos segundo uma lógica próxima da análise científica, privilegiando a definição de objetivos, a avaliação de probabilidades e a ponderação entre custos e benefícios, de onde sobressaem os exemplos de Helmut Schmidt⁵, Valéry Giscard d'Estaing⁶ ou até de James Callaghan⁷.

Em Portugal, este paradigma afirma-se de forma mais tardia, no contexto da consolidação democrática e da integração europeia, e veio contribuir para a valorização de perfis políticos associados à competência académica e à gestão económica, como é o caso de Aníbal Cavaco Silva⁸, cuja ascensão ao poder se apoia, em parte, numa narrativa de racionalidade económica, modernização e eficácia governativa. No Brasil, e com a ressalva de que a transposição conceptual implica um esforço

⁵ Helmut Schmidt (1918 - 2015), chanceler alemão, entre 1974 e 1982, é provavelmente o exemplo mais sólido. Schmidt era frequentemente descrito como um decisor pragmático, com forte orientação para a gestão económica e financeira, privilegiando análises custo-benefício e respostas técnicas a crises como a inflação e o choque petrolífero.

⁶ Valéry Giscard d'Estaing (1926 - 2020), presidente francês, entre 1974 e 1981, representa claramente a ascensão de uma elite tecnocrática formada nas grandes écoles, em particular na ENA. A sua governação é marcada por uma abordagem modernizadora, racionalista e fortemente ancorada na expertise administrativa e económica.

⁷ James Callaghan (1912 - 2005), primeiro-ministro britânico, entre 1976 e 1979, não é um tecnocrata típico, mas o contexto do seu governo, marcado pela crise económica e pela intervenção do FMI, introduz uma lógica de decisão mais tecnicizada e condicionada por critérios económicos rigorosos.

⁸ Aníbal Cavaco Silva (1939 -), primeiro-ministro português, entre 1985 e 1995, tem a sua formação em economia e o contexto da integração europeia introduz uma lógica de decisão fortemente ancorada na racionalidade económica.

de extrapolação, o mesmo paradigma reconhece-se no período da Ditadura Militar. A presidência de Ernesto Geisel⁹ é paradigmática de uma governação assente na centralidade das elites técnico-burocráticas, onde a racionalidade económica funcionava como princípio organizador e a repressão como instrumento de sustentação.

2. Atomização social, declínio do capital cívico e reconfiguração política

Ainda no período pós-Segunda Guerra Mundial, a vida social e os media evoluíram numa relação recíproca e complexa, sendo progressivamente moldados por um conjunto de “padrões hegemónicos de comportamentos” (Blumler & Kavanagh, 1999: 210) que influenciaram as formas de convivência social, de comunicação pública e de ação política. Entre esses padrões destaca-se o processo de *modernização*, marcado por uma crescente segmentação de interesses e identidades, bem como pela proliferação de estilos de vida distintos, frequentemente amplificados pelos média, nomeadamente através da exploração de divergências culturais, sexuais e políticas. Este contexto favoreceu, ainda, a afirmação do *individualismo*, ao mesmo tempo que reduziu o peso de estruturas tradicionais como a família, a religião, os partidos políticos e outras formas de autoridade social. No plano político, esta transformação contribuiu para uma reconfiguração do papel do cidadão, cada vez mais interpretado como um agente individualizado, orientado para gratificações imediatas e menos integrado em dinâmicas coletivas. Paralelamente, processos de *laicização* dos estados contribuíram para a perda de

⁹ Ernesto Geisel (1907 - 1996), presidente entre 1974 e 1979, foi um líder autoritário no quadro do regime militar brasileiro e a sua governação foi marcada pela centralidade de elites técnico-burocráticas e por uma lógica de planeamento estratégico orientada por critérios de racionalidade económica.

influência da religião nas esferas social e política, enquanto novas formas de expressão e organização emergiam, frequentemente associadas a maior diversidade e radicalização temática (Rachels, 2009; Mariano, 2007).

É neste enquadramento que se torna pertinente a análise de Robert D. Putnam (2000), que identifica um declínio das formas tradicionais de participação cívica e associativa, sintetizado na metáfora que titula o seu livro *Bowling alone* (2000). A erosão das redes de sociabilidade e de confiança, que sustentavam a vida comunitária, traduz-se numa diminuição do capital social e numa menor capacidade de mobilização coletiva, com implicações diretas na participação política. Ao mesmo tempo, a valorização do indivíduo foi acompanhada por fenómenos de *estetização* da vida social, com crescente atenção à imagem projetada (Boorstin, 1961; Harrington, 1959), à apresentação e à influência de padrões culturais provenientes da moda, do cinema e da música, tendências que também se refletiram na esfera política (Cloonan & Street, 1997).

Assim, a *mediatização* tornou-se, neste contexto, central na configuração da esfera pública, transformando a comunicação num elemento estrutural da ação política (Thompson, 1990). A expansão da televisão, em particular, desempenhou um papel decisivo na reorganização das práticas culturais e informativas, tornando-se um meio dominante de acesso à informação (Danesi, 2009; Rosenbaum, 1997). Viviam-se *novos tempos* (Hall & M., 1989) e sentia-se um *choque do futuro* (Toffler, 1970) com um galopante aumento da qualidade de vida e um igual avanço da influência e da sofisticação dos média (Danesi, 2009: 287; Rosenbaum, 1997: 80). Contudo, todas estas transformações potenciaram, ao longo da segunda metade do século XX, para um progressivo afastamento dos cidadãos da política,

visível no aumento da abstenção e na diminuição da filiação partidária (Franklin, 2004 [1994]; Negrine, 2008). De forma mais ampla, instalou-se um sentimento de alienação face aos assuntos sociais (Seeman, 1959) e, de modo particular, face à política (Levin, 1960), reforçando o diagnóstico de erosão do *capital social* identificado por Putnam (1976).

3. Mediatização, espetacularização e a emergência de lógicas populistas

Perante a crescente centralidade dos media na vida pública, os atores políticos passaram a disputar o acesso ao espaço mediático através da construção de cenários, narrativas e imagens ajustadas às lógicas jornalísticas. Como observa Edelman (1996), “[os políticos] tentam [atrair os media] através de todo o género de artes [...] procurando influenciar o maior número de pessoas, através da definição de atraentes imagens” (Edelman, 1996, p. 1). Este processo traduz uma transformação estrutural da comunicação política, em que a visibilidade mediática se torna condição de existência política e em que a ação dos líderes passa a competir com formatos de entretenimento (Street, 2011, p. 2).

Neste contexto, a política é progressivamente reconfigurada segundo lógicas narrativas, emocionais e espetaculares, aproximando-se de géneros como a ficção, a sátira ou o humor. Os políticos tornam-se “celebridades políticas” (Street, 2011, p. 236) e a sua exposição pública tende a privilegiar a personalização, a dramatização e a simplificação, elementos centrais em estratégias populistas. A política passa, assim, a ser vivida como uma “experiência mediada” (Delli Carpini &

Williams, 2001, p. 161), frequentemente situada num registo de hiper-realidade, onde se esbatem as fronteiras entre informação e entretenimento (Delli Carpini & Williams, 2001, p. 170).

As dinâmicas identificadas por Mário Mesquita (2003) - nomeadamente a subordinação ao acontecimento imediato, o primado do direto, a simplificação binária das mensagens e a hiperpersonalização - reforçam esta tendência para a redução da complexidade do discurso político e para a sua adaptação a formatos de consumo rápido. De forma semelhante, a lógica comercial dos media contribui para a despolitização dos temas públicos e para a sua apresentação em formatos apelativos, mas superficialmente diversos (Correia, 2004), recorrendo a estratégias discursivas próximas da publicidade, como a “notícia-slogan” (Figueiras, 2005, p. 14). Conceitos como *media democracy* (Meyer, 2002), *mediated politics* (Bennett & Entman, 2005), *new politics* (Barnhurst, 2011) e *hype politics* (Louw, 2010) apontam precisamente para esta transformação, em que a política se situa “a meio caminho entre o ritual e o espetáculo” (Mesquita, 2003: 357), sendo mediada por estratégias profissionais de comunicação (Dean, 2001). O desenvolvimento do *politainment* (Pereira, 2016) traduz esta inflexão, em que a procura de audiências conduz à simplificação e dramatização do debate público, contribuindo para o que Meyer descreve como um “emburrecimento da política” [*dumbed down politics*] (Meyer, 2002, pp. 77–83). Este ambiente mediático, marcado pela centralidade da emoção, da imagem e da simplificação, cria condições particularmente favoráveis à difusão de discursos populistas, que são potenciados pelo desmoronamento das fronteiras da atividade jornalística (Fidalgo, 2021; Ribeiro, 2021), preparando o terreno para a erosão da esfera pública.

4. Fragmentação da esfera pública e reconfiguração da elite

A comunicação política contemporânea continua a assentar, em larga medida, nos meios de comunicação tradicionais, como a televisão, a imprensa e a rádio, que oferecem aos atores políticos canais privilegiados de contacto com os cidadãos (Krämer, 2014; Van Remoortere & Vliegenthart, 2024; Vermeer et al., 2025), mesmo que os conteúdos tenham, posteriormente, maior impacto quando partilhados nas mídias sociais (Oschatz et al., 2024). Contudo, o acesso a conteúdos jornalísticos mediados por rotinas profissionais e critérios editoriais que dificultam a difusão de mensagens fora dos enquadramentos jornalísticos dominantes (Gans, 1979; Tuchman, 1978), sendo particularmente exigente para atores populistas ultrapassarem esse filtro e apresentarem as suas posições sem restrições (Shoemaker & Vos, 2009; Sorensen, 2024).

Neste contexto, as redes sociais introduzem uma alteração significativa ao processo produtivo de notícias (Abdoul-Bagui, 2021; Marques, 2024) ao estabelecer uma ligação direta com o público, reduzindo a intermediação jornalística (Chan & Yi, 2024; Vaccari et al., 2015; Walsh & Singer, 2025). É precisamente neste ambiente que os atores populistas tendem a encontrar condições mais favoráveis à difusão das suas mensagens, explorando o potencial das redes sociais na formação da opinião pública (Engesser et al., 2017a) e a promover narrativas assentes na oposição entre “elites” e “povo” (Biscaia, 2025; Yilmaz et al., 2026).

O caso húngaro é aqui particularmente elucidativo, já que Magyar construiu a sua ascensão precisamente fora dos canais tradicionais de recrutamento, mobilizando seguidores através das plataformas digitais com uma retórica *anti-establishment* que instrumentalizava o ressentimento contra a

elite bafienta de Orbán da qual, paradoxalmente, fazia parte (Benedek, 2026; Enyedi, 2016). A sua trajetória ilustra um novo tipo de elite, que se junta aos anteriormente identificados por Lasswell nos estudos RADIR, pois para além dos especialistas em *persuasão*, em *coerção* e em *tecnocracia* (já de Putman), surgem os especialistas em mobilização digital da desordem informativa.

A reflexão de Habermas (2022) sobre o papel dos *mídia* na sustentação da esfera pública democrática permite compreender a profundidade desta transformação. Para o filósofo alemão, a digitalização veio fragilizar o modelo tradicional de mediação, na medida em que as plataformas digitais dispensam o papel produtivo do jornalismo profissional e instituem um ambiente comunicacional onde, em princípio, "todos os utilizadores podem tornar-se autores independentes e igualmente legitimados" (Habermas, 2022, p. 159). Esta reconfiguração não é, porém, neutra, já que altera os mecanismos de produção e circulação da informação, interfere simultaneamente nos processos de recrutamento e de legitimação das elites políticas, abrindo espaço à emergência de atores que constroem capital político fora dos canais institucionais tradicionais, frequentemente a partir de visibilidade mediática, mobilização emocional e reconhecimento em redes digitais. Habermas (2022, p. 148) sublinha, ainda, que "os cidadãos devem também poder confiar que os seus votos contam igualmente em eleições democráticas, que a legislação e a jurisdição, a ação do governo e da administração são, na sua maioria, transparentes", sendo esta expectativa um elemento constitutivo da legitimidade democrática. Quando tal expectativa é reiteradamente frustrada, abrem-se condições para dinâmicas de contestação e deslegitimação das elites estabelecidas. O próprio Habermas reconhece esta causalidade ao observar que "o fatal apelo de Trump dificilmente teria encontrado a furiosa resposta pretendida dos cidadãos

que invadiram o Capitólio, a 6 de janeiro de 2021, se as elites políticas não tivessem, durante décadas, frustrado as legítimas expectativas, constitucionalmente garantidas, de uma parte significativa dos seus cidadãos" (Habermas, 2022, p. 148).

A fragmentação da esfera pública compromete, assim, não apenas a qualidade do debate democrático, mas os próprios mecanismos de seleção e reprodução das elites, que tendem a deslocar-se de critérios institucionais e meritocráticos para lógicas de visibilidade e validação difusa. Como sublinham Palau-Sampio e López-García (2025, p. 15), "o pluralismo informativo e a multiplicidade de mensagens, em vez de promover um grande espaço público que incentiva o intercâmbio e a busca por consenso, levaram à criação de múltiplos espaços públicos e maior polarização". Este processo não implica o desaparecimento das elites enquanto categoria sociopolítica, mas antes a sua recomposição numa ecologia comunicacional fragmentada e com implicações profundas para a produção de legitimidade e para a estabilidade democrática.

Esta fragilização da mediação democrática encontra um enquadramento analítico preciso no conceito de *esfera pública dissonante* proposto por Barbara Pfetsch (2023). Para a investigadora alemã, a comunicação nas esferas públicas contemporâneas caracteriza-se por "uma multiplicidade de sons e vozes, constelações de atores fragmentadas, agendas temáticas paralelas, opiniões divergentes ou contraditórias e interesses conflitantes" (Pfetsch, 2023, p. 346), condições que favorecem sistematicamente novas formas de desintermediação e reforçam a segmentação dos públicos. Este ambiente não é neutro em relação às elites: ao dispensar os mecanismos tradicionais de filtragem e validação que os media profissionais asseguravam, a esfera pública dissonante acolhe novos atores,

tais como influenciadores, jornalistas cidadãos, empreendedores políticos e ativistas, que "podem intrometer-se e receber muito mais atenção e cliques do que as elites partidárias tradicionais" (Pfetsch, 2023, p. 347). O resultado é uma reconfiguração das condições de acesso ao poder político por parte de elites emergentes que já não precisam de acumular credenciais institucionais ou de passar pelas lutas internas dos partidos ou pelo filtro do jornalismo, ao invés, precisam de dominar a lógica da atenção digital, de produzir conteúdos que "se tornam virais e subitamente invertem as agendas tradicionais" (Pfetsch, 2023, p. 347). A convergência entre dissonância comunicacional e crise democrática produz assim, como sublinha Pfetsch, um estilo de campanha "que já não está orientado para o consenso entre as elites políticas estabelecidas" (Pfetsch, 2023, p. 346), mas antes para a mobilização emocional, a personalização e o apelo direto.

Neste quadro, as dinâmicas de polarização afetiva desempenham um papel central, que não depende apenas do conteúdo substantivo das mensagens políticas, mas da identificação partidária do seu emissor porque a comunicação de elite reforça identidades já polarizadas e pode agravar a hostilidade interpartidária mesmo sem recurso a retórica abertamente negativa (Bäck, Carroll, Renström & Ryan, 2023). Fischer e Jarren (2024) aprofundam esta leitura ao demonstrar que a comunicação das elites políticas num ambiente mediático dissonante funciona menos como vetor de persuasão racional e mais como mecanismo de consolidação identitária, o que torna o debate público tendencialmente irreconciliável. Os efeitos desta dinâmica manifestam-se também ao nível da receção informativa já que a polarização potencia uma seleção informativa afunilada por parte dos utilizadores, com expressão particularmente acentuada nos Estados Unidos comparativamente a outros contextos nacionais, e essa

seleção reforça a aceitação preferencial de conteúdos congruentes com as posições preexistentes (Steppat, Castro Herrero & Esser, 2022). Conforme documenta Seimel (2024, p. 1), "a polarização da elite aumenta a atualização [dos conhecimentos políticos], mas diminui a satisfação democrática", acrescentando que "a alta percepção da polarização da elite pode ser prejudicial à democracia", um paradoxo que revela como o próprio funcionamento do sistema comunicacional contemporâneo pode ser estruturalmente autofágico.

As mídias introduzem uma dimensão adicional de ambivalência neste processo. Se, por um lado, as mídias digitais podem funcionar como instrumentos capazes de reunir indivíduos atomizados em torno de ressentimentos coletivos dirigidos às elites estabelecidas ou aos mídia dominantes (Gerbaudo, 2018), por outro lado, como sublinha Sander (2025, p. 337), "apesar das suas promessas democráticas, essas ferramentas também são propensas a manipulação por elites poderosas". Esta tensão entre democratização e instrumentalização é constitutiva do ambiente comunicacional digital e remete, em última instância, para o que Jacques Rancière designa de "ódio à democracia" (Rancière & Corcoran, 2014). Mais do que o desaparecimento das elites, o que se assiste é, portanto, à sua recomposição num ambiente comunicacional fragmentado e emocionalmente saturado, onde a legitimidade se produz crescentemente por vias externas aos circuitos institucionais que historicamente a garantiam.

Reflexão final: Da gestão dos símbolos à multiplicação da ilusão

"A propaganda é o único instrumento de governo democrático que se torna mais poderoso à medida que aumenta a instrução da população" (Lasswell, 1927, p. 627).

Harold Lasswell quando, em 1927, publicou *Propaganda Technique in the World War*, fez aquilo que poucos acadêmicos da sua geração ousavam, e chamou as coisas pelos seus nomes. A *propaganda* era, simplesmente, "a gestão de atitudes coletivas pela manipulação de símbolos significativos" (Lasswell, 1927, p. 9). O poder, nas sociedades de massas do século XX, não precisava de força bruta para governar, pois bastava-lhe dominar a informação. Bastava saber o que revelar, o que esconder e, sobretudo, o que fazer circular. Esta intuição fundadora percorre, de forma subterrânea, toda a trajetória que este ensaio procurou cartografar e que se estende num arriscado campo que vai desde a tecnocracia à espetacularização, da erosão do capital social à fragmentação da esfera pública. O que muda, ao longo desse percurso, não é a lógica do poder sobre a opinião pública, mas sim o *modus operandi* de como o poder se vai impondo.

Durante décadas, e tal como demonstrou Francis Rourke (1961), os governos geriram a opinião pública através da gestão da *secrecy* e da *publicity*¹⁰. Através de dois instrumentos aparentemente opostos, as administrações norte-americanas foram aperfeiçoando ao a arte de combinar o controlo

¹⁰ O termo inglês *publicity* constitui um caso paradigmático de tradução problemática no espaço lusófono. Em português, a palavra foi frequentemente vertida como "publicidade", com consequências que ultrapassam a mera imprecisão terminológica. O caso mais flagrante diz respeito à figura de Ivy Lee (1877–1934), um dos grandes profissionais da assessoria de imprensa moderna nos Estados Unidos, mas por erro de tradução, Lee tem sido repetidamente descrito, em publicações brasileiras e portuguesas, como um profissional de "publicidade", quando nunca o foi. Lee era um *publicist*, no sentido técnico e estratégico do termo, era um especialista em comunicação institucional, em gestão da reputação e na mediação entre organizações e opinião pública, atividade radicalmente distinta da produção de anúncios comerciais. Este equívoco distorce a genealogia da profissão e obscurece a distinção, fundamental para a história da comunicação estratégica, entre *publicity*, *public relations* e *advertising*. Para uma discussão aprofundada da ação dos *publicists* recomenda-se a tradução de *Publicity* de Ivy Lee (2025)

dos fluxos de informação com a produção ativa de narrativas legitimadoras. Este modelo assentava na existência de uma esfera pública relativamente coesa, arbitrada pelos mídia tradicionais que funcionavam como instâncias de validação partilhadas. Surgiram *press agents*, os *publicists*, os *public relations*, os *spin doctors*, e mais uma miríade de autodenominações eufemísticas de profissionais da propaganda (Ribeiro, 2019), treinados para gerir a relação com os jornalistas, todos a trabalhar sobre o mesmo princípio que Lippmann (1938 [1922]) nos revelou, ou seja: “aquilo que cada homem faz não se baseia em conhecimento direto e seguro, mas em imagens feitas por ele próprio ou que lhe são dadas. (Lippmann, 1938 [1922], p. 25). O *segredo* garantia o monopólio da narrativa e a *comunicação profissionalizada* garantia a sua circulação. Esta é, precisamente, a fase que Putnam (1976) identificou como a da elite tecnocrática. Uma elite que governa pela gestão racional da informação e que encontra na mediação jornalística o seu principal canal de legitimação pública.

O que o digital veio introduzir não foi o fim da *propaganda*, mas sim, uma vez mais, a sua mutação. Se o modelo clássico operava pela gestão estratégica de uma realidade que se pretendia enquadrar ou ocultar, o modelo emergente funciona pela saturação da esfera pública com versões concorrentes e contraditórias dos mesmos acontecimentos. Esta mutação tem consequências diretas sobre o perfil das elites, pois a competência que agora determina o acesso e a permanência no poder deixa de ser a tecnocrática para passar a ser a de mobilização digital, que se tem tornado mais eficaz quando explora a desordem informativa, capitaliza o ressentimento e que se faz circular eficazmente em ambientes comunicacionais fragmentados. As mídias sociais assentam em lógicas algorítmicas que incorporam formas de poder social, influenciando de modo direto a experiência e as trajetórias dos

indivíduos, nomeadamente ao condicionarem os regimes de visibilidade e invisibilidade a que estes estão sujeitos. Neste novo ecossistema, a elite não é necessariamente a mais competente, mas antes a mais visível e a mais partilhável. Neste ecossistema comunicacional, as *fake news* não surgem como um acidente, mas transformaram-se numa técnica. O chamado *illusory truth effect* (Udry & Barber, 2024) demonstrou que a simples repetição de conteúdos falsos aumenta a sua perceção de veracidade, mesmo quando contradizem conhecimentos prévios. E mesmo quando a mentira é corrigida, tende a continuar a influenciar crenças e juízos, aliás o mesmo fenómeno que a literatura designa de *continued influence effect* (Westbrook et al., 2023). A estes efeitos cognitivos junta-se a lógica das plataformas digitais, cujos algoritmos, ao otimizarem o envolvimento dos utilizadores, privilegiam sistematicamente o conteúdo emocionalmente carregado, conflitual e polarizante. Condições que favorecem a circulação da desinformação sobre a da informação verificada (Milli et al., 2025; Metzler & Garcia, 2024). O resultado é um ambiente em que a mentira não precisa de ser mais convincente do que a verdade, só precisa apenas de ser mais rápida, mais emocional e mais partilhável. Como sublinha Habermas (2022, p. 162), a digitalização fragmentou a esfera pública em "espaços comunicacionais semiprivados e semipúblicos", onde a "crescente dissonância de uma diversidade estridente de vozes" (Habermas, 2022, p. 162), dissolve os mecanismos tradicionais de validação. A desinformação contemporânea desequilibra, desorienta e enfraquece a própria ideia de verdade pública.

Lida desta forma, a trajetória que este ensaio percorreu, entre as elites de Lasswell às elites digitais da atualidade, não configura uma ruptura, mas antes uma escalada com três momentos distintos que importa precisar: no *primeiro*, que remonta ao pós-Primeira Guerra Mundial e à obra

fundadora de Lasswell (1927), o poder controlava os símbolos com significado, gerindo com mão firme o que circulava e o que permanecia oculto; no *segundo*, a partir do pós-Segunda Guerra Mundial, essa gestão foi aperfeiçoada através da profissionalização da comunicação política, da tecnocracia e do potencial da telepolítica; no *terceiro*, o ambiente digital contemporâneo revelou que já não é sequer necessário controlar os símbolos, basta multiplicar símbolos falsos, porque a ilusão da realidade substitui, com vantagem operacional, a manipulação da realidade. A mentira não precisa de ser mais sólida do que a verdade, basta ser mais rápida, mais emocional e mais partilhável.

É precisamente este o paradoxo que o exemplo húngaro, com que este ensaio abriu, ilustra com particular interesse, ao mostrar um ator político, Péter Magyar, que emerge da desordem comunicacional, mesmo com o reconhecimento internacional de que o seu opositor atuava de forma mais obscura e antidemocrática, tal como muito bem o demonstram Zsolt Enyedi (2016) e Paolo Gerbaudo (2018). Mas o padrão não é exclusivo da Hungria. Em Portugal, André Ventura e o Chega construíram uma presença política assinalável a partir de uma lógica idêntica de mobilização digital, ressentimento identitário e comunicação emocional direta, posicionando-se sistematicamente como voz do povo contra uma elite de que o próprio Ventura sempre fez parte, como documentam Afonso Biscaia (2025) e na obra de Riccardo Marchi (2020). No Brasil, o fenómeno adquire uma dimensão adicional, a da sua reprodução dinástica, pois com Jair Bolsonaro condenado a 27 anos de prisão e inelegível, o clã familiar recompôs-se em torno da candidatura presidencial de Flávio Bolsonaro para as eleições de 2026, enquanto Eduardo Bolsonaro, autoexilado nos Estados Unidos e com o mandato cassado,

mantém o papel de articulador internacional do movimento, consolidando nas mídias digitais o alicerce de ressonância que Letícia Cesarino (2022) já havia identificado como estrutural ao bolsonarismo.

A fragmentação da esfera pública não veio destruir as elites, mas antes reconfigurá-las, produzindo novos atores que dominam as linguagens da mobilização digital e do ressentimento, que vêm reproduzir as mesmas estruturas de poder que prometem substituir. E é aqui que a premonição de Lasswell, formulada há quase um século, se revela perturbadoramente atual porque numa era em que a literacia digital nunca foi tão elevada, em que os instrumentos de verificação factual nunca foram tão acessíveis e em que a instrução da população jamais atingiu este nível, a propaganda — exactamente como ele previu — nunca foi tão eficaz. Como escreveu em *Politics: Who Gets What, When, How* (1936, p. 1), "o estudo da política é o estudo da influência e dos influentes" e nas páginas seguintes do mesmo livro, advertia que "nenhum índice simples pode ser proveitosamente utilizado para medir a influência e os influentes", e que o próprio termo pode designar "um juízo sobre como os valores poderiam ser influenciados se existissem conflitos sobre eles" (Lasswell, 1936, pp. 18-19). Dito de outro modo, sugere que a influência tende a revelar-se com maior nitidez em contextos de desordem, quando os conflitos latentes se tornam manifestos e os equilíbrios estabelecidos são perturbados. Se esta leitura for plausível, o ambiente digital contemporâneo terá institucionalizado precisamente essas condições de dissonância permanente. Nove décadas depois, os instrumentos com que as elites conquistam e conservam essa influência parecem ter-se deslocado, ainda que de forma não linear e sempre contestada, do *segredo* e da sofisticação da *propaganda* governamental para a *ilusão* e a *mentira* algorítmica.

Referências

- Abdoul-Bagui, A. (2021). Media and the Rise of Right-Wing Populism: Gauging the Role of CNews in Promoting Far-Right Ideology in France. *Open Journal of Political Science*, 11, 752–769.
- Barnhurst, K. G. (2011). The New "Media Affect" and the Crisis of Representation for Political Communication. *The International Journal of Press/Politics*, 16(4), 573–593. <https://doi.org/10.1177/1940161211415666>
- Benedek, I. (2026). Polarizing transition? Opposition strategies and the rise of Péter Magyar and the respect and freedom party (TISZA) in Hungary. *Comparative European Politics*, 24(1), 24. <https://doi.org/10.1057/s41295-026-00460-z>
- Bennett, L. W., & Entman, R. (2005). *Mediated Politics: Communication in the Future of Democracy*. Cambridge University Press.
- Biscaia, A. (2025). Look at this! Radical right-wing populist information sharing practices on Twitter in Portugal, Spain, and Brazil. *International Communication Gazette*, 87(5), 446–465. <https://doi.org/10.1177/17480485241290118>
- Boorstin, D. J. (1961). *The Image: A guide to pseudo-events in América*. Atheneum.
- Cesarino, L. (2022). Bolsonarismo sem Bolsonaro? Públicos antiestruturais na nova fronteira cibernética. *Revista do Instituto de Estudos Brasileiros*, 82(Ago 2022), 162–188.
- Chan, M., & Yi, J. (2024). Social Media Use and Political Engagement in Polarized Times. Examining the Contextual Roles of Issue and Affective Polarization in Developed Democracies. *Political Communication*, 41(5), 743–762. <https://doi.org/10.1080/10584609.2024.2325423>
- Cloonan, M., & Street, J. (1997). Politics and popular music: From policing to packaging [Article]. *Parliamentary Affairs*, 50(2), 223.
- Correia, J. C. (2004). *Comunicação e cidadania: Os media e a fragmentação do espaço público nas sociedades pluralistas*. Livros Horizonte.
- Danesi, M. (2009). *Dictionary of Media and Communications*. M.E.Sharpe.
- Dean, J. (2001). Publicity's Secret. *Political Theory*, 29(5), 624–650. <https://doi.org/10.1177/0090591701029005002>

- Delli Carpini, M. X., & Williams, B. A. (2001). Let Us Infotain You: Politics in the New Media Environment. In L. W. Bennett & R. Entman (Eds.), *Mediated Politics: Communications in the Future of Democracy* (pp. 160–181). Cambridge University Press.
- Edelman, M. (1996). *From Art to Politics: How Artistic Creations Shape Political Conceptions*. University Of Chicago Press.
- Enyedi, Z. (2016). Paternalist populism and illiberal elitism in Central Europe. *Journal of Political Ideologies*, 21(1), 9–25. <https://doi.org/10.1080/13569317.2016.1105402>
- Fidalgo, J. (2021). Disputas nas Fronteiras do Jornalismo. In F. S. e. C. B. José Nuno Matos (Ed.), *Os Três D dos Media: - Desigualdade, Desprofissionalização e Desinformação* (pp. 140–150). Outro Modo.
- Figueiras, R. (2005). *Os comentadores e os Media: Os autores das colunas de opinião*. Livros Horizonte.
- Franklin, B. (2004 [1994]). *Packaging politics: Political communications in Britain's media democracy*. Arnold.
- Gans, H. J. (1979). *Deciding What's News: A study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*. Northwestern University Press.
- Habermas, J. (2022). Reflections and Hypotheses on a Further Structural Transformation of the Political Public Sphere. *Theory, Culture & Society*, 39(4), 145–171. <https://doi.org/10.1177/02632764221112341>
- Hall, S., & M., J. (1989). *News Times: The Changing Face od Politics in the 1990s*. Lawrence and Wishart.
- Harrington, A. (1959). *Life in the crystal palace*. Alfred A. Knopf.
- Krämer, B. (2014). Media populism: a conceptual clarification and some theses on its effects. *Communication Theory*, 24(1), 42–60. <https://doi.org/10.1111/comt.12029>
- Krekó, P., & Enyedi, Z. (2018). Explaining Eastern Europe: Orbán's Laboratory of Illiberalism. *Journal of Democracy*, 29(3), 39–51.
- Lang, G. E., & Lang, K. (1983). *The Battle for Public Opinion: The President, the Press, and Polls During Watergate*. Columbia University Press.
- Lasswell, H. (1927). *Propaganda technique in the world war*. Peter Smith.
- Lasswell, H. (1936). *Politics: Who Gets What, When, How*. McGraw-Hill.
- Lasswell, H., Lerner, D., & Rothwell, C. E. (1952). *The comparative study of elites. An introduction and bibliography*. Standford University Press.

- Lee, I. (2025). A comunicação. In V. Ribeiro (Ed.), *Opinião Pública e Propaganda: Os princípios da comunicação segundo Ivy Lee*. (pp. 75–115). Ziguarte.
- Levin, M. B. (1960). *The Alienated Voter: Politics in Boston*. Holt, Rinehart And Winston.
- Lippmann, W. (1938 [1922]). *Public opinion*. The MacMillan Company.
- Louw, E. (2010). *The Media & Political Process*. SAGE
- Marchi, R. (2020). *A nova direita anti-sistema em Portugal: O caso do Chega*. Edições 70.
- Marques, F. P. J. (2024). Populism and Critical Incidents in Journalism: Has Bolsonaro Disrupted the Mainstream Press in Brazil? *The International Journal of Press/Politics*, 29(4), 825–846.
<https://doi.org/10.1177/19401612231153110>
- Matos, J. N., Subtil, F., & Baptista, C. (2021). *Os trís "D" dos Media: desigualdade, desprofissionalizaÁ,,o e desinformaÁ,,o*.
- Mesquita, M. (2003). *O Quarto equivoco: O poder dos media na sociedade contemporânea* Minerva.
- Meyer, T. (2002). *Media Democracy: How the media colonize politics*. Polity.
- Mosca, G. (1939). *The ruling class (Elementi di Scienza Politica)*. McGraw-Hill Bool.
- Negrine, R. (2008). *The transformation of political communication: Continuities and changes in media and politics*. Palgrave Macmillan.
- Oschatz, C., Gil-Lopez, T., Paltra, D., Stier, S., & Schultz, T. (2024). Social media posts as source for political news coverage inside and outside election campaigns: Examining effects on deliberative news media quality. *Journalism*, 25(8), 1638–1656. <https://doi.org/10.1177/14648849241231698>
- Pareto, V. (1965). *Vilfredo Pareto: Selections from his Treatise with an introductory essay by Joseph Lopreato*. Thomas Y. Groewll Company.
- Pereira, J. S. (2016). *Politica e entretenimento*. Fundacao Francisco Manuel dos Santos.
- Pfetsch, B. (2023). Conditions of Campaigning in Dissonant Public Spheres and Crisis of Democracy. *Political Communication*, 40(3), 346–350. <https://doi.org/10.1080/10584609.2023.2193554>
- Putman, R. D. (1976). *The comparative study of elites*. Prentice-Hall.
- Putman, R. D. (2000). *Bowling alone: the collapse and revival of American community*. Siman & Schuster.

- Ribeiro, V. (2019). A assessoria de imprensa como atividade propagandística: análise à mutação da denominação dos profissionais da promoção mediática entre 1851 e 1999. In B. C. Reis & S. R. Magos (Eds.), *Comunicação Política* (pp. 106–137). Universidade Autónoma de Lisboa.
- Ribeiro, V. (2021). Jornalismo e propaganda: pela manutenção das trincheiras na guerra pela conquista da opinião pública. In J. N. Matos, F. Subtil, & C. Baptista (Eds.), *Os três "D" dos Media: desigualdade, desprofissionalização e desinformação* (pp. 33–42). Outro Modo.
- Rosenbaum, M. (1997). *From soapbox to soundbite: Partu political campaigning in Britain since 1945*. MacMillan Press.
- Rourke, F. (1961). *Secrecy and publicity*. The Johns Hopkins Press.
- Schlesinger, P. (2006). Is there a crisis in British journalism? *Media, Culture & Society*, 28(2), 299–307. <https://doi.org/10.1177/0163443706061691>
- Seeman, M. (1959). On The Meaning of Alienation [Article]. *American Sociological Review*, 24(6), 783–791.
- Shoemaker, P. J., & Vos, T. (2009). *Gatekeeping Theory*. Routledge.
- Sorensen, L. (2024). Populist disruption and the fourth age of political communication. *European Journal of Communication*, 39(1), 71–85. <https://doi.org/10.1177/02673231231184702>
- Street, J. (2011). *Mass media, politics & democracy*. Palgrave Macmillan.
- Thompson, J. B. (1990). *Ideology an Modern Culture*. Polity Press.
- Toffler, A. (1970). *Choque do Futuro: Do Apocalipse à Esperança*. Livros do Brasil.
- Tuchman, G. (1978). *Making news: a study in the construction of reality*. Free Press.
- Udry, J., & Barber, S. J. (2024). The illusory truth effect: A review of how repetition increases belief in misinformation. *Current Opinion in Psychology*, 56, 101736. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2023.101736>
- Vaccari, C., Valeriani, A., Barberá, P., Bonneau, R., Jost, J. T., Nagler, J., & Tucker, J. A. (2015). Political Expression and Action on Social Media: Exploring the Relationship Between Lower- and Higher-Threshold Political Activities Among Twitter Users in Italy. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 20(2), 221–239. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12108>

- Van Remoortere, A., & Vliegenthart, R. (2024). The influence of mass media on the popularity of politicians. *Party Politics*, 30(5), 781–794. <https://doi.org/10.1177/13540688231187964>
- Vermeer, S., Trilling, D., Stolwijk, S., Kruikemeier, S., & de Vreese, C. (2025). What's on and who's Watching? Combining People-Meter Data and Subtitle Data to Explore Television Exposure to Political News. *Political Communication*, 42(3), 405–431. <https://doi.org/10.1080/10584609.2024.2409405>
- Walsh, M., & Singer, J. B. (2025). Platform speech: Journalists and political campaigners reflect on Facebook and disintermediation in three UK general elections. *Journalism*, 26(10), 2087–2104. <https://doi.org/10.1177/14648849241273619>
- Westbrook, V., Wegener, D. T., & Susmann, M. W. (2023). Mechanisms in continued influence: The impact of misinformation corrections on source perceptions. *Memory & Cognition*, 51(6), 1317–1330. <https://doi.org/10.3758/s13421-023-01402-w>
- Yilmaz, I., Bliuc, A.-M., Norrie, R., Smith, C. M., Smith, J., Evans, C., Courtney, D. S., & Barnett, D. (2026). Populism in the age of social media: A systematic review of recent digital populism research. *New Media & Society*, 0(0), 14614448261420218. <https://doi.org/10.1177/14614448261420218>