
A Eleição de Trump: O Impacto das Redes Sociais, das Condições Socio-Económicas e as Atitudes dos Eleitores¹

Maria José Palma Lampreia DOS-SANTOS²
Nuno CASQUEIRA³

Escola Superior de Comunicação Social- Instituto Politécnico de Lisboa -
DINÂMIA CET – ISCTE-IUL

RESUMO

Este artigo tem como principal objetivo determinar qual o papel dos social media e das condicionantes socio-económicas na eleição de Donald Trump como Presidente dos Estados Unidos. A metodologia utilizada baseia-se na análise quantitativa e qualitativa, bem como numa profunda revisão bibliográfica sobre a temática. Os principais resultados comprovam que as expectativas dos eleitores baseadas, por um lado, nos resultados dos social media e por outro, nas suas condições socio-económicas indiciam ter sido influenciadas pela adoção de atitudes populistas por parte dos promotores desta campanha eleitoral. Como tal, é necessário aprofundar o conhecimento nesta temática, os seus fundamentos e os seus impactos.

PALAVRAS-CHAVE: Eleições americanas, populismo, social media, condicionantes socio-económicas, economia política, Trump.

INTRODUÇÃO

A eleição de Donald Trump como Presidente dos Estados Unidos (EUA) em 2016 tem sido frequentemente associada e correlacionada com o discurso populista deste candidato potenciado pelo uso das redes sociais e da comunicação social que sugerem um favorecimento na sua eleição. Apesar dos múltiplos estudos sobre o impacto das redes sociais na eleição deste candidato e dos estudos que o associam ao populismo, poucos são os estudos que correlacionam estes dois fenómenos. Ou seja, apesar do populismo continuar a ganhar força na política, tem havido relativamente pouca pesquisa sobre como isso acontece na Internet (Engesser, Fawzi, & Larsson, 2017).

Se as redes sociais e a comunicação social são sugeridas como tendo tido um importante contributo nesta eleição, convém perceber que fatores estão na génese da

¹ Trabalho apresentado no GP 30. GP Economia Política da Informação, Comunicação, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professora Adjunta da ESCS-IPL, Portugal e Investigadora Integrada DINÂMIA CET-ISCTE-IUL, e-mail: msantos@escs.ipl.pt

³ Doutorando em Comunicação para o Desenvolvimento, ESCS-IPL, e-mail: nuno_casqueira@hotmail.com

generalizada aceitação deste candidato. Ou seja, porque é que os eleitores aceitaram de forma tão pacífica esta mensagem ao ponto de votarem neste candidato e darem a vitória das eleições do USA, tendo-se desta forma, assistido a um movimento disruptivo no qual o populismo alcançou a vitória (Dos-Santos e Diz, 2017).

No passado os fenômenos disruptivos foram normalmente associados à estagnação econômica ou à depressão, como sucedeu, em particular na América Latina. Essas condições econômicas criaram condições futuras para programas expansionistas fortes, onde a redistribuição é a palavra chave, como declarado no trabalho inicial de Dornbush & Edwards (1990).

Na década passada, eventos exógenos e “condições externas”, como a crise do *suprime* com início em 2007 nos USA (Dos-Santos e Diz, 2017) foram, segundo Laclau (2015) favoráveis para o populismo. Assim, uma parte significativa do mundo passou por pela maior crise econômica e financeira deste século. Para além disso, o mundo assistiu igualmente a fluxos migratórios transnacionais e as crescentes desigualdades de renda, que os economistas provaram, dentro e entre países (Dos-Santos e Diz, 2017). Segundo Laclau (2005) e De Vreese, Esser, Aalberg, Reinemann e Stanyer (2018), as crises, como sucedeu na crise do sub-prime, foram e são a raiz do populismo, tanto historicamente quanto atualmente.

Nesse sentido, Otjes et al. (2018) mostram como certos partidos políticos populistas apresentaram uma resposta “nativista unificada” à crise econômica. De igual forma, Kübler e Kriesi (2017), confirmam que a globalização, captura muitas dessas tendências, sendo igualmente um terreno fértil para o populismo. Em suma, as condições para um surto populista estão, assim, presentes.

No entanto, a Europa e os Estados Unidos da América (EUA) beneficiaram anteriormente de cerca de meio século de prosperidade e de crescimento, praticamente desde o final da Segunda Guerra Mundial até a crise do sub-prime. A crescente liberalização do comércio mundial e a globalização da economia resultaram em fortes ganhos para as economias destes Continentes, apenas momentaneamente interrompidas pela crise do petróleo.

Estudos demonstram também que os EUA rapidamente recuperaram da crise do sub-prime (Dos-Santos e Diz, 2016), como mostram os indicadores econômicos (OECD, 2016). Assim, a situação econômica geral da eleição de Donald Trump ocorreu numa fase em que a economia Americana apresentava uma situação razoável ao nível dos seus

indicadores macroeconômicos. Não se tratava na verdade de um período de recessão econômica ou com desemprego acelerado. Ou seja, outros fatores emergiram o populismo, com perspectivas de longo prazo e de expansão que devem ser estudadas. Na verdade, o surto atual de populismo na Europa e nos EUA, e na América Latina é um desafio significativo para políticos, economistas, especialistas em comunicação, com vista à prosperidade e estabilidade política das economias avançadas em todo o mundo (Andersen, Bertola, Driffill, Fuest, James, Sturm, & Uroševic, 2017).

Desde 2016 e 2017, há uma literatura proficiente sobre a eleição de Donald Trump nos EUA de vários campos da ciência, mas nenhuma delas lida com os fundamentos socioeconômicos e as atitudes do cidadão que estão na base da eleição de Trump. Por outro lado, não é efetuada uma correlação positiva efetiva entre a comunicação social, os social mídia e os resultados eleitorais .

O objetivo deste estudo é, assim, determinar qual o papel dos social media e das condicionantes socio-econômicas na eleição de Donald Trump como Presidente dos Estados Unidos.

DO POPULISMO LATINO-AMERICANO AO VOTO DE PROTESTO NA ELEIÇÃO DE TRUMP EM 2016

O trabalho pioneiro de Dornbusch e Edwards (1990) sobre o populismo macroeconômico analisou os dois programas econômicos populistas, respectivamente, no Chile, durante o governo de Allende (1970-1973) e no Peru, sob o comando de Alan Garcia. Segundo estes autores, a condição inicial para a implementação de ambos os programas foi a insatisfação dos cidadãos com o desempenho de crescimento do país, ou seja, o contexto da crise econômica conducente à pobreza e à exclusão social. Neste caso, estes países tiveram um crescimento muito moderado, uma estagnação ou depressão total, como resultado de tentativas anteriores de estabilização.

Vários estudos foram posteriormente desenvolvidos, principalmente, na América Latina, com o objetivo de determinar as principais causas e consequências das políticas populistas. Damill, Frenkel e Rapetti, (2015) analisaram a política macroeconômica na Argentina no período que se iniciou em 2002. Os resultados, baseados em análises de séries temporais, confirmam a previsão de que os governos recentemente eleitos que chegam ao poder após períodos de ditadura e que são confrontados com uma demanda por redistribuição, acabam por conduzir a políticas populistas (ou redistributivas), que

tendem a conduzir o país a uma inflação alta e a um desempenho macroeconômico geral fraco. Fonseca (2011) confirmou esses resultados para o Brasil no tempo do populismo econômico de Vargas. Segundo este autor, o segundo Governo Vargas no Brasil (1951-1954) é comumente associado ao fenômeno do populismo. O autor conclui que “além disso, com base nessa experiência histórica, defende-se que não há incompatibilidade entre o desenvolvimentismo e a adoção de medidas macroeconômicas orientadas para a estabilidade”.

O populismo é concebido como um estilo político que, essencialmente, mostra a proximidade do povo e, ao mesmo tempo, assume uma postura *antiestablishment* e enfatiza a homogeneidade (ideal) das pessoas, excluindo segmentos específicos da população. Em segundo lugar, assinala-se que definir o populismo como um estilo permite transformá-lo num conceito útil que muitas vezes permaneceu vago e indistinto. (Jagers, & Walgrave, 2007; Abts & Rummens, 2007).

Embora estes fenômenos de populismo estivessem inicialmente associados à recessão econômica ou à depressão, à instabilidade e à inflação na América Latina, a sua geografia política transferiu-se para a América do Norte e para a Europa, sendo os exemplos mais recentes o do *Brexit*, as eleições de Trump nos USA, mas também o crescimento de partidos populistas na Holanda. França, Áustria, Itália, Alemanha, Hungria, em Itália e afins, apesar do fato das condições macroeconômicas e sociais serem substancialmente diferentes das que estavam na base dos movimentos populistas na América do Sul.

Os investigadores da estratégia mediterrânea europeia contemporânea observam que os esforços da Europa para estabelecer uma ligação com seus vizinhos do sul fazem mais do que simplesmente estabelecer normas para as relações externas. Eles também são usados para definir o que é (e onde) a Europa é (Steinberg, 2016). No entanto, nos últimos tempos, os conflitos bélicos nos países do Mediterrâneo e a crescente onda de migrantes condicionaram de alguma forma as políticas na Europa e tiveram efeitos nos eleitores do Continente Europeu.

Nos últimos três anos, o número de mortes causadas pela guerra voltou a aumentar, principalmente devido à sangrenta guerra civil na Síria (Gleditsch, Nordas, 2014). Esta guerra teve impactos profundos no nível político europeu e americano, sendo que é difícil de prever ao nível do sentido de voto dos eleitores nestas regiões.

Os Estados haviam se engajado em uma variedade de práticas de fiscalização nas fronteiras para reafirmar o controle sobre a migração e o território, apesar das obrigações internacionais de direitos humanos. As respostas do Estado à busca de asilo ilustram o movimento e a proliferação subsequentes de fronteiras distantes da fronteira territorial (Gorman, 2017).

O PAPEL DA COMUNICAÇÃO E DAS REDES SOCIAIS NA ELEIÇÃO DE TRUMP

Nos anos de 1990, com as pressões pela desregulamentação da comunicação e das telecomunicações, o papel do Estado neste âmbito foi reduzido e muitas vezes direcionado apenas a regulamentar partes, nem sempre as mais significativas, principalmente no campo da televisão. Diversos países europeus, onde a televisão era essencialmente pública, sentiram essa transformação, inicialmente com a introdução da televisão por assinatura, mas depois também na própria televisão aberta a partir da entrada de canais privados (SIMIS, 2010) que proliferou não apenas na Europa como EUA. Nos EUA, esta situação originou a atual dicotomia existente entre canais contra e pró Trump existente atualmente nos EUA, com fortes impactos que na realidade não conhecemos totalmente.

Passando do normativo para o empírico, a fim de considerar a noção predominante de que Trump levou a mídia à sua nomeação: Por mais atraente que essa teoria possa parecer, há várias questões que devem ser analisadas. Primeiro, não sabemos se a cobertura da mídia convencional que Trump usou realmente o ajudou (Delmazo & Valente, 2018). Sabemos que ele foi para a página principal ao longo da campanha, mas não sabemos quem está lendo a primeira página nem como essa cobertura influenciou seus votos. Estudos anteriores sugerem que a cobertura da mídia pode ser um importante preditor do sucesso eleitoral, mas estudos anteriores também sugerem que a cobertura da mídia está intimamente relacionada à captação de recursos, o que não parece ter acontecido no caso de Trump (Trump é um dos candidatos mais mal financiados em memória recente) (Vorberg, & Zeitler, 2019).

Estudos anteriores podem não explicar adequadamente a crescente importância das mídias sociais no comportamento dos eleitores. Se Trump, como os dados de Wells e seus colegas indicam, forjaram “tempestades de tweets” com sucesso na cobertura de

notícias, não sabemos se é a cobertura de notícias de Trump ou sua atividade de mídia social que é mais culpada (por assim dizer) por seu sucesso nas pesquisas. Em outras palavras, a cobertura da mídia tradicional pode, até certo ponto, ter sido uma externalidade da dinâmica real do sucesso eleitoral de Trump (Postill, 2018).

CONDIÇÕES SOCIO-ECONÓMICAS NOS ESTADOS UNIDOS

A Tabela 1 apresenta os principais indicadores econômicos nos EUA em 2009 e em 2016, i.e., durante e após a crise do subprime, com base em dados da OCDE (2016). A recessão nos EUA atingiu -8% do PIB em 2010. Os resultados começaram a melhorar a partir de 2010, porém, pode-se dizer que em 2016 se verifica um crescimento econômico moderado. O desemprego entre os jovens foi fortemente afetado, chegando a 16 %, nos Estados Unidos em 2009, tendo posteriormente diminuído para 11% após 2010. Apesar da melhoria, a taxa de jovens que não conseguem encontrar um emprego ainda é 6 pontos percentuais mais alto do que o desemprego geral nesses países. Por outro lado, a balança comercial foi sempre negativa, aumentando 50% nos EUA entre 2009 e 2016.

Tabela 1- Indicadores Econômicos nos EUA em 2010 e 2016

Indicadores Macroeconômicos	USA	
	2009	2016
Taxa de crescimento do PIB (%)	-8	2
Balança Comercial (milhões de \$)	-30000	-45000
Taxa de desemprego (%)	5,3	5,0
Taxa de inflação (%)	-2	3
Rácio Dívida pública sobre PIB (%)	95,2	104,7
Taxa de desemprego jovem (%)	16	11
Índice de Produtividade (Index Points)	98	106

Dívida privada/PIB (%)	212,28	197,2
------------------------	--------	-------

Fonte: OECD, 2016.

CARACTERÍSTICAS SOCIO-ECONÓMICAS E ATITUDES DOS ELEITORES DE TRUMP

Quanto às características e atitudes socio-econômicas dos eleitores da eleição de Trump (Tabela 2), é possível distingui-los por características socio-profissionais, como gênero, raça, idade, escolaridade, localização geográfica dos eleitores, religião, a profissão associada ao nível educacional, e atitudes sobre a situação e o futuro do país, imigração e abertura ao comércio internacional e desconfiança em relação aos políticos tradicionais: os eleitores têm muita desconfiança sobre as qualidades do político em que votam e a ideologia política é principalmente conservadora nos eleitores de Trump.

Os eleitores de Trump são principalmente politicamente conservadores, homens (52%), 45-64 anos (53%) e 65 e mais idosos (53%), menos instruídos (51% das pessoas com ensino médio ou inferior, 52% dos aqueles com alguma faculdade/grau de associado), metade (50%) destes têm renda média entre US \$ 50.000 - US \$ 99.999. Os eleitores de baixa renda, recebendo menos de US \$ 30.000 ou entre 30.000 e US \$ 49.999, votaram principalmente por Clinton. Uma outra característica dos eleitores de Trump é o local de residência - a maioria vive nos subúrbios (50%) e/ou pequena cidade no meio rurais (62%). Quanto à religião são protestantes ou outra religião cristã (58%) ou católico (52%), enquanto Clinton atraiu cerca de 62% dos eleitores sem religião e 69% daqueles com outras crenças religiosas.

Quanto a atitudes e valores, 69% dos eleitores do Trump consideram que a direção do país está seriamente fora do seu curso normal. Estão preocupados principalmente com a emigração (64%) e com a situação econômica do país (42%). Quando inquiridos sobre a situação financeira da família, consideram que ela está pior hoje (78%) e esperam que a próxima geração de americanos tenha uma vida pior do que a atual (63%). Cerca de 65% consideram que o efeito da abertura comercial com outros países sobre os empregos dos nacionais dos EUA lhes retira empregos (aos trabalhadores americanos), 86% concordam com a construção do muro ao longo de toda a fronteira americana com o México e 84% concordam com a deportação de imigrantes ilegais que trabalham nos

EUA. Para 84% dos eleitores de Trump, a qualidade mais importante do candidato é que ele pode trazer a mudança necessária.

Esses resultados parecem indicar que os eleitores de Trump correspondem, por um lado, a todos aqueles que foram excluídos da globalização e do sistema, e, por outro, provavelmente à revolta das elites em relação ao sistema político. Por isso, eles estão dispostos a assumir mais riscos e a votar num candidato sem experiência política e fora do *mainstream* político.

Tabela 2. Características socioeconômicas dos eleitores de Trump e Hillary Clinton

Características socio-econômicas e atitudes dos eleitores		Trump (%)	Clinton (%)
Gênero	Masculino	53	41
	Feminino	42	54
	Gay, lésbicas, bissexual ou transgênero	14	78
Raça	Branco	58	37
	Negro	8	88
	Hispânico/Latino	29	65
	Asiático	37	56
	Outros		
Idade	18-29	37	55
	30-34	42	50
	45-64	53	44
	65 ou mais	53	45
Educação	Educação 1º ciclo	51	45
	Educação Grau Bacharel /profissional	52	43
	Educação superior	45	49
	Estudos Pós-graduados (PhD)/outros	37	58
Rendimento anual (\$ /ano)	Menos de \$30,000	41	53
	\$30,000 - \$49,999	42	51
	\$50,000 - \$99,999	50	46
	\$100,000 - \$199,999	48	47
	\$200,000 - \$249,999	49	48
	\$250,000 ou mais	48	46

Residência	Cidade 50,000	35	59
	Subúrbios	50	45
	Pequena cidade/vila Rural	62	34
Religião	Protestante ou outro Cristão	58	39
	Católica	52	45
	Judeus	24	71
	Outras confissões	29	62
	Nada a acrescentar	26	69
Direção da Política do Governo do País	Na direção certa	8	90
	Na direção errada rumo ao passado	69	25
Assunto mais importante que preocupa os eleitores americanos	Política Externa	34	60
	Imigração	64	32
	A economia	42	42
	Terrorismo	57	39
Condição económica da nação	Excelente	16	83
	Boa	19	76
	Nem má nem boa	55	39
	Má	79	15
Situação financeira da família	Melhor hoje	24	72
	Pior hoje	78	19
	Está na mesma	46	46
O que espera para a próxima geração de americanos	Melhor vida do que hoje	38	59
	Pior vida do que atualmente	63	31
Condição da economia da nação	Excelente	16	83
	Boa	19	76
	Satisfatória	55	39
	Má	79	15
Efeito da política comercial de abertura dos USA com outros países ao nível do emprego	Retira empregos aos Americanos	65	31
O que deve acontecer aos emigrantes ilegais nos E.U.A.	Devem ser reportados	84	14

Construção de um muro ao longo de toda a fronteira dos EUA com o México	Apoiam	86	10
Melhor descrição do meu voto	Eu gosto do candidato com reservas	49	48
Característica mais importante do candidato	Pode trazer a mudança	83	14
Ideologia Política	Conservadores	81	15
	Liberais	84	10

Fonte: Fuchs, C. (2017) and Huang, J., Jacoby, S., Lai, R., & Strickland, M., (2016).

Segundo Gökarıksel e Smith, (2016) o desempenho de Trump é um espetáculo geopolítico encarnado em face da vulnerabilidade após fracassos militares dos EUA no Oriente Médio e do aparentemente interminável conjunto de ameaças e incapacidade de responder aos ataques do 11 de setembro de 2001, ao caos no Afeganistão, Iraque, Líbia, e Síria e, finalmente, a ascensão do auto-proclamado estado islâmico.

Resultados sobre as atitudes e percepções dos cidadãos dos EUA sobre a situação econômica do país obtivemos e analisamos os dados obtidos através do Ipsos Public Affairs (2017) para os cidadãos dos EUA e para outros 23 países. Estes pretendem avaliar o estado atual da economia destes países respectivos. A primeira pergunta foi:

Como descreve a situação econômica atual? Ela é:

Muito Boa
Normal
Má
Muito má

Figura 1 - Situação econômica nos EUA com base na Escala de Likert da Ipsos Public Affairs (2017).

As respostas foram dadas numa escala Likert modificada, com quatro resultados possíveis: Muito bom; Medianamente bom; Um pouco mau e muito mau. O número de respostas foi mil em cada um dos países envolvidos. A mesma pergunta foi feita nos Estados Unidos para uma amostra de 1000 habitantes, de acordo com a metodologia da

Ipsos Public Affairs (2017). Os resultados, comprovam que 52% dos inquiridos consideram que a situação econômica nos EUA é boa ou muito boa. São principalmente os homens (59%), com menos de 35 anos (63%), em contraste com os 48% entre 35 e 49 anos, ou 43% com mais de 49 anos, casados (52%), vivendo em famílias de alta renda (77%), Empresários ou Executivos Seniores (78%), com formação superior (67%) que prevalecem com opinião. Quanto à geografia, esses resultados são favoráveis, especialmente na Região Centro-Oeste dos EUA (54%), Região Sul dos EUA (53%) e Região Oeste dos EUA (53%), sendo menor na Região Nordeste dos EUA (48%).

POSSÍVEIS EXPLICAÇÕES DOS RESULTADOS

Vários autores tentaram encontrarr explicações para os resultados das eleições: Clarke e Ricketts, (2016) através do retorno da tradição Jacksoniana; (Newmann, 1957; Neumann, Marcuse e Kirchheimer, 2013) e ainda através da teoria crítica. Segundo esses autores, a escola de pensamento Jacksoniana adota uma visão pessimista da elite política e promove um sistema federalista, que procura impedir a concentração de poder dentro de um governo centralizado. Clarke e Ricketts, (2016) concluíram que, em muitos aspetos, a corrida presidencial de 2016 testemunhou o retorno do sentimento Jacksoniano ao centro das atenções na política americana para desafiar o consenso pós-Guerra Fria sobre política externa.

CONSEQUÊNCIAS DA ELEIÇÃO DE TRUMP

Sterne e Rama (2017), chamam a atenção para as possíveis consequências desses fenômenos. A vitória de Donald Trump mostrou como a reação do mercado ao populismo é difícil de prever. Globalmente, políticas populistas estão mais focadas em imigração, comércio e governança, que são tipicamente negativas ao mercado. Como tal, as vitórias eleitorais populistas implicariam modestas revisões para baixo nas previsões de crescimento de base e arriscariam uma maior instabilidade. Não tem sido o caso até agora, mas preveem-se esses efeitos a longo prazo.

Ingram (2016), referem que a votação da Grã-Bretanha para deixar a União Europeia (UE) –*Brexit* – e a eleição de Donald Trump em novembro de 2016 como o próximo Presidente dos EUA levantaram sérios problemas para o Atlantismo, uma

formação geopolítica que tem sido fundamental para a ideia do Ocidente desde a Segunda Guerra Mundial.

De acordo com Colin & Palier (2015) e O'Reilly et al., (2016) estamos atualmente em um ponto de rápida transformação onde as crises multidimensionais desafiam a ordem econômica neoliberal do pós-guerra; esses desafios emergem da mudança dos mercados de trabalho, reformas do sistema de previdência social e dos mercados financeiros e geografia geopolítica.

Por outro lado, analisando as consequências da vitória de Trump, Gökarıksel e Smith, (2016) referem que a geopolítica encarnada por Trump lembra a masculinidade fascista que torna a agressão, as fronteiras endurecidas e a violência central na defesa da nação: as ameaças são externas e podem ser expulsas e murado.

A retórica de Trump já resultou em violência segundo Gökarıksel e Smith (2016). Os muçulmanos americanos sofreram um surto de ataques direcionados desde o início do ciclo eleitoral, com um pico durante os períodos de intensa retórica anti-muçulmana Trump (Abdelkader, 2016; Gökarıksel & Smith, 2016).

CONCLUSÃO

A eleição de Donald Trump como Presidente dos Estados Unidos deve ser vista como o resultado de uma situação complexa envolvendo aspetos sociais, políticos e econômicos, no qual não é possível estabelecer uma correlação entre os media e os resultados eleitorais obtidos, embora haja indícios que relevam uma correlação positiva entre estes dois fenómenos.

Do ponto de vista da economia política, é evidente que existe uma crescente desconfiança de grande parte dos cidadãos sobre as instituições tradicionais, partidos políticos e políticos de carreira, sejam eles nacionais, no caso dos Estados Unidos, ou nacionais e supranacionais. Em segundo lugar, os cidadãos tendem a sentir que, de alguma forma, foram abandonados pelo Estado devido aos efeitos da globalização e da imigração, sem que nenhum esforço tenha sido feito para protegê-los. Isso, por sua vez, justifica o apoio a políticas baseadas no isolamento, com políticas restritivas de comércio e imigração. Finalmente, também é evidente a partir do estudo, que os grupos que favoreceram a eleição de Trump são aqueles que pensam ter mais a perder com as políticas atuais e estão, portanto, abertos a tentar outras formas, mesmo que possam duvidar do resultado. O papel dos *social media*, deve ser reforçado ao nível da

investigação, não apenas neste fenómeno, de forma a melhor compreender estes e outros fenómenos populistas que crescem atualmente nos Estados Unidos, na Europa e na América do Sul.

REFERÊNCIAS

ABST, K., & RUMMENS, S. (2007). Populism versus democracy. *Political Studies*, 55(2), 405-424.

ABDELKAKER, E. (2016). When Islamophobia turns violent: The 2016 U.S. Presidential elections. The bridge initiative: A Georgetown University research project. Retrieved from <http://bridge.georgetown.edu/when-islamophobia-turnsviolent-the-2016-u-s-presidential-elections/>

ANDERSEN, T. M., BERTOLA, G., DRIFILL, J., FUEST, C., JAMES, H., STURM, J. E., & UROSEVIC, B. (2017). Economic Policy and the Rise of Populism–It’s Not So Simple. EEAG Report on the European Economy, 50-66.

BROADBERRY, S., GHOSAL, S., & PROTO, E. (2016). Anonymity, efficiency wages and technological progress. *Journal of Development Economics*. In Press.

BOWMAN, A., FROUD, J., JOHAL, S., MORAN, M., & WILLIAMS, K. (2015). Business elites and undemocracy in Britain: a work in progress. In *Elites on Trial* (pp. 305-336). Emerald Group Publishing Limited.

BROOKS, C., MANZA, J., & COHEN, E. D. (2016). Political Ideology and Immigrant Acceptance. *Socius*, 2, 1-12.

COLIN, N., & PALIER, B. (2015). The Next Safety Net. *Foreign Affairs*, 94, 29.

CORCORAN, H., & SMITH, K. (2016). Hate Crime, England and Wales. *Statistical bulletin*, 11, 16.

DOS-SANTOS, M.J.P.L., DIZ, (2016).). Competitiveness of Portuguese exports in the last decade. 8th Annual Conference: Innovation, Entrepreneurship and Sustainable Value Chain in a Dynamic Environment Verona, Italy, September 16th-18th, 2015. (Web of Science), EuroMed Press. Conference Book of Proceedings - pp.544-557, ISBN: 978-9963-711-37-6. DOI: 10.13140/RG.2.1.2299.9763 Disponível em: <http://emrbi.org/wp-content/uploads/2015/09/euromed2015%20book%20of%20proceedings-2015-09-08.pdf> (consultado em 21/09/2015).

DOS-SANTOS, M.J.P.L., DIZ, (2017). Analysing the Trump and Brexit Voters. Proceedings 10th Annual Conference EuroMed Academy of Business, Global and national business theories and practice: bridging the past with the future. Faculty of Economics, University of Rome Sapienza, Rome, Italy, de 13-17 de setembro de 2017, pp. 537-551, EuroMed Press, ISSN: 2547-8516.

DELMAZO, C., & VALENTE, J. C. (2018). Fake news nas redes sociais online: propagação e reações à desinformação em busca de cliques. *Media & Jornalismo*, 18(32), 155-169.

DORNBUSH, R., & EDUARDES, S. (1990). Macroeconomic populism. *Journal of Development Economics*, 32(2), 247-277.

DAMIL, M., FRENKEL, R., & RAPETTI, M. (2015). Macroeconomic Policy in Argentina During 2002–2013. *Comparative Economic Studies*, 57(3), 369-400.

DUCHESNE, S., FRAZER, E., HAEGEL, F., VAN INGELGOM, V., (Eds.). (2013). *Citizens' reactions to European integration compared: Overlooking Europe*. Springer.

ENGESSER, S., FAWZI, N., & LARSSON, A. O. (2017). Populist online communication: introduction to the special issue. 1279-1292.

EUROSTAT (2016). Foreign language learning statistics - Statistics Explained – European. Retrieved from http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Foreign_language_learning_statistics

FONSECA, P. C. D. (2011). O mito do populismo econômico de Vargas. *Revista de Economia Política*, 31(1), 56-76.

FUCKS, C. (2017). Donald Trump: A Critical Theory-Perspective on Authoritarian Capitalism. *tripleC: Communication, Capitalism & Critique*, 15(1), 1-72.

GILPIN, R. (2016). *The political economy of international relations*. Princeton University Press.

GORMAN, C. S. (2017). Redefining refugees: Interpretive control and the bordering work of legal categorization in US asylum law. *Political Geography*, 58, 36-45.

HERMANN, C. (2016). Another 'Lost Decade'? Crisis and Structural Adjustment in Europe and Latin America. *Globalizations*, 1-16.

INGLEHART, R. F., & NORRIS, P. (2016). *Trump, Brexit, and the Rise of Populism: Economic Have-Nots and Cultural Backlash*. Harvard University, John F. Kennedy School of Government.

INGRAM, A. (2016). Geopolitical events and fascist machines: Trump, Brexit and the deterritorialisation of the West. *Political geography*. Editorial.

IPSOS PUBLIC AFFAIRS INQUIRY (2017). Database not published. (https://www.ipsos.com/en/solution/social-research-corporate-reputation-ipsos-public-affairs?language_content_entity=en)

JAGERS, J., & WALGRAVE, S. (2007). Populism as political communication style: An empirical study of political parties' discourse in Belgium. *European Journal of Political Research*, 46(3), 319-345.

KAHNEMAN, D., & TVERSTKY, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica: Journal of the econometric society*, 263-291.

NEUMANN, F. L. (1957). *The democratic and the authoritarian state: essays in political and legal theory*. H. Marcuse (Ed.). Glencoe, IL: Free Press.

POSTILL, J. (2018). Populism and social media: a global perspective. *Media, Culture & Society*, 40(5), 754–765. <https://doi.org/10.1177/0163443718772186>

OECD, (2016). Trade Economics. Retrived from: <http://www.tradingeconomics.com/united-kingdom/private-debt-to-gdp>

PARVEEN, N. (2016). Why Do Some Ethnic Minority Voters Want to Leave the EU?' The Guardian, Retrived at: <http://www.theguardian.com/politics/2016/jun/01/british-asians-viewseu-referendum-figures-brexite> on August 7, 2016.

PETTIFOR, A. (2017). Brexit and its Consequences. *Globalizations*, 14(1), 127-132.

RAJAN R.G. (2010) *Fault Lines: How Hidden Fractures Still Threaten the World Economy*. Princeton, NJ and Oxford: Princeton University Press.

STRECK, W. (2014). The politics of public debt: Neoliberalism, capitalist development and the restructuring of the state. *German Economic Review*, 15(1), 143-165.

STERNE, G., RAMA, M. (2017). And a populist New Year: global hopes and fears framework. *Economic Outlook*, 41, 17–22. In Press.

STEINBERG, P. E. (2016). Europe's 'Others' in the Polar Mediterranean. *Tijdschrift voor economische en sociale geografie*, 107(2), 177-188.

SIMIS, A.. Conselho de Comunicação Social: uma válvula para o diálogo ou para o silêncio?. *Revista Brasileira de Ciências Sociais (Impresso)*, v. 25, p. 59-174, 2010.

VOLBERT, L., & ZEITELER, A. (2019). 'This is (not) Entertainment!': media constructions of political scandal discourses in the 2016 US presidential election. *Media, Culture & Society*, 41(4), 417–432. <https://doi.org/10.1177/0163443719833288>