

Refeudalização revisitada: a destruição da democracia deliberativa¹

Refeudalisation revisited: the destruction of deliberative democracy

GRAHAM MURDOCK^a

Loughborough University, Departamento de Ciências Sociais. Loughborough – Leicestershire, Reino Unido

RESUMO

A eleição de Donald Trump como presidente dos Estados Unidos e a bem-sucedida campanha do referendo para saída da União Europeia no Reino Unido provocaram um interesse renovado nos desafios impostos à democracia deliberativa pelo populismo de direita. Este artigo retorna à pesquisa sobre o autoritarismo desenvolvida pela Escola de Frankfurt, na Alemanha e nos Estados Unidos, particularmente à sua ênfase na construção performativa de apelos e à posterior caracterização de Jürgen Habermas da translação dos cidadãos em sujeitos de audiência como uma refeudalização da esfera pública, argumentando que essas análises continuam a fornecer recursos indispensáveis para a compreensão dos desenvolvimentos contemporâneos.

Palavras-chave: Populismo, autoritarismo, Escola de Frankfurt, refeudalização, esfera pública

ABSTRACT

Donald Trump's election as American President and the successful referendum campaign to exit the European Union in Britain have prompted renewed interest in the challenges posed to deliberative democracy by right-wing populism. This paper returns to the research on authoritarianism developed by the Frankfurt School in Germany and the United States, particularly to their emphasis on the performative construction of appeals, and to Jürgen Habermas' later characterisation of the translation of citizens into spectating subjects as a refeudalisation of the public sphere, and argues that these analyses continue to provide indispensable resources for understanding contemporary developments.

Keywords: Populism, authoritarianism, Frankfurt School, refeudalisation, public sphere

¹ Versão ampliada do artigo publicado em *Javnost – The Public: Journal of the European Institute for Communication and Culture*, Abingdon, v. 25, n. 1-2, p. 43-50, 2018. DOI: <https://doi.org/10.1080/13183222.2017.1418993>. Tradução: Richard Romancini.

^a Professor de Cultura e Economia no Departamento de Ciências Sociais da Loughborough University. Seu mais recente livro, coeditado com Benedetta Brevini, é *Communication and carbon capitalism* (Palgrave Macmillan, 2017). Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-1385-5521>. E-mail: g.murdock@lboro.ac.uk

EM 1962, UM DOS PRINCIPAIS filósofos políticos do Reino Unido, Bernard Crick, publicou *In defense of politics*, livro pelo qual é hoje lembrado. Preocupado, sobretudo, com as concepções de política organizadas ao redor do modelo *o vencedor leva tudo*, ele realiza uma apaixonada defesa do acordo negociado como base indispensável para uma sociedade pluralista capaz de resolver suas diferenças sem recorrer à violência (Crick, 1962). Como um recente comentário sobre Crick observa, contudo, para operar com sucesso “a arte da negociação política”, esta deve ser firmemente fundada em “informação decente, civilidade e conciliação” (Do social..., 2017: 11).

O arranjo dessas condições essenciais para a política democrática foi explorado em outro livro, publicado no mesmo ano, na Alemanha: *The structural transformation of the public sphere*, de Jürgen Habermas, uma das contribuições mais influentes do século XX à filosofia política. Crick e Habermas viveram a Segunda Guerra Mundial e testemunharam o impacto devastador da redução da política à ditadura da violência por Hitler. Ambos acreditaram apaixonadamente na resolução de controvérsias pelo fortalecimento de dois pilares que apoiassem a participação popular democrática, voto e voz, representação e deliberação.

O relato de Habermas (1991) da ascensão e do declínio da esfera pública, entendida como a rede de espaços diretos e mediados onde a deliberação popular ocorre, atribui um lugar central à mudança na representação e no desempenho do poder político. Após traçar uma história das tentativas para construir uma esfera pública crítica que apoie a discussão aberta de questões controversas, com base na melhor evidência disponível e conduzida com boa fé, Habermas vê esse ideal ser cada vez mais debilitado pela “publicidade encenada meramente para fins manipulativos” (Ibid.: 232). Em uma frase marcante, ele caracteriza esse processo como uma “refeudalização da esfera pública” (Ibid.: 195), uma regressão à etapa pré-democrática, quando as pessoas eram subordinadas, espectadoras do desfile do poder, ao invés de cidadãos colaborando na construção de um futuro coletivo.

Habermas vê os políticos contemporâneos seguindo os passos de reis e imperadores que desenvolveram personas públicas cuidadosamente elaboradas, por meio de retratos em moedas e eventos espetaculares, exibindo “uma pompa vistosa”, planejada para criar “o tipo de aura própria ao prestígio pessoal e à autoridade sobrenatural outrora conferida pelo tipo de publicidade envolvida na representação” (Ibid.: loc. cit.). Mas, ao contrário dos monarcas medievais, aqueles que buscam o poder nas democracias políticas não podem reivindicar o direito divino de governar. Eles precisam de um mandato popular. Para assegurar isso, Habermas argumenta, eles tomam emprestada a bem reconhecida prática real de apresentarem a si mesmos como servos do *povo*, protegendo-os dos inimigos

internos e externos. Entretanto ele nota que, embora os políticos afirmem se dirigir ao *povo* como uma unidade indivisível, na prática se concentram nos mais desiludidos com o estado das coisas e particularmente na “minoría cujo estado mental é sintomaticamente revelado, de acordo com os levantamentos de pesquisadores, por um vocabulário médio de quinhentas palavras” (Ibid.: 217).

Em busca desse objetivo, observa Habermas, eles preferem contornar os canais estabelecidos de comunicação mediada e confiar em modos diretos de endereçamento, cujo resultado é que “a imprensa e o rádio, ‘utilizados de maneira normal’, não têm praticamente nenhum efeito, dentro da estrutura da esfera pública manufaturada” (Ibid.: loc. cit.). O filósofo enxerga esse apelo populista cuidadosamente planejado como “especialmente manipulador”, já que evita os argumentos com base em evidências e explora as “tendências inconscientes”; e também como claramente desonesto e egoísta, pois provoca “reações previsíveis sem [...] colocar qualquer obrigação naqueles que asseguram assim o consentimento plebiscitário” (Ibid.: loc. cit.). Uma vez obtido esse consentimento, cria-se um espaço no qual os políticos podem perseguir os interesses que foram ocultados ou marginalizados em seus discursos públicos.

Habermas observou a refeudalização da esfera pública ganhando constantemente terreno, mas conclui com uma nota cautelosamente otimista, argumentando que “O resultado da luta entre a publicidade crítica e outra meramente elaborada com fins manipulatórios permanece em aberto” (Ibid.: 235). A eleição do presidente Donald Trump nos Estados Unidos e o voto do Brexit e suas consequências apontam, indiscutivelmente, para uma conclusão mais pessimista.

Embora o movimento de refeudalização estivesse visivelmente ganhando força no início da década de 1960, havia contratendências significativas dentro dos sistemas de *estado de bem-estar social* que formavam o pano de fundo para as observações de Habermas. A televisão, grande mídia emergente da época, ainda estava organizada na Alemanha e no resto da Europa Ocidental principalmente como serviço público, com a missão de cultivar a participação informada e tolerante na vida política. A partir da crise econômica do capitalismo em meados da década de 1970, entretanto, um ressurgimento da defesa dos princípios do mercado tem progressivamente reduzido as restrições à atividade corporativa e os apoios políticos para o serviço público de comunicação. Esse processo de mercantilização progressiva coincidiu com a emergência da internet como uma fonte organizadora do engajamento e da informação populares e com a dominação desse espaço por um punhado de megacorporações lideradas por Facebook e Google. Essa ascensão multiplicou os canais de comunicação diretos abertos para os atores políticos e expandiu as oportunidades de basearem seus apelos em práticas relacionadas às relações públicas e à promoção de marcas.

A regressão resultante, de cidadãos a subordinados, é reforçada pelo modelo de negócios das empresas de internet, que concede aos usuários um direito condicional de ocupar e trabalhar em um espaço digital em troca da apropriação de todos os dados gerados por suas atividades. Essa informação é, então, utilizada para construir perfis personalizados que filtram e direcionam material, incluindo notícias e comentários, que os usuários veem na tela. Não por acaso, esse processo é frequentemente descrito como *colheita*. Entrar num dos sites principais é ser contratado para trabalhar em campos digitais pertencentes aos novos proprietários de terras que se apropriam de qualquer excedente produzido, capitalizando-o e vendendo-o a terceiros. Nesse contexto, a clarividente caracterização de Habermas de uma política refeudalizada adquire uma nova dimensão e uma nova relevância.

Antes de escrever *The structural transformation of the public sphere*, Habermas (Ibid.) trabalhou no Instituto de Pesquisa Social associado à Universidade de Frankfurt, colaborando com um de seus principais membros, Theodor Adorno, em um estudo dos estudantes e da política que revelou uma inquietante persistência de atitudes autoritárias na elite da Alemanha. Sua análise é mais engajada praticamente na época, não como uma intervenção autônoma, mas como uma contribuição para uma tradição mais duradoura de pesquisa produzida pelos membros do Instituto, que se esforçaram para analisar a corrupção da democracia deliberativa e a ascensão do populismo autoritário, inicialmente na Alemanha, com o colapso da República de Weimar e a ascensão de Hitler, e mais tarde nos Estados Unidos.

LIÇÕES DE WEIMAR: A SOMBRA NAZISTA

A análise das raízes institucionais, culturais e psicológicas do autoritarismo passou a ser um dos principais focos do programa de pesquisa do Instituto na Alemanha depois que Max Horkheimer assumiu sua direção em 1930. Isso representou uma significativa mudança de rota. Sob o seu principal antecessor, Carl Grunberg, um economista político, o trabalho centrou-se na transformação do capitalismo e nas estratégias para a transição para o socialismo. O ano em que o Instituto foi inaugurado, 1923, viu a tentativa frustrada de golpe de Estado de Adolf Hitler, o chamado Putsch da Cervejaria, e sua subsequente sentença de cinco anos de prisão por traição. Havia boas razões para acreditar que o fascismo dificilmente se tornaria uma força significativa no futuro previsível.

Na época em que Horkheimer tornou-se diretor, entretanto, a paisagem política tinha mudado. Hitler fora libertado da prisão após cumprir apenas nove meses de pena e tinha consolidado, constantemente, sua base de apoio,

conquistando 37,4% dos votos na eleição de 1932, o que fez do Partido Nazista o de maior presença no parlamento. Em janeiro de 1933, Hitler foi nomeado chanceler e, após o incêndio no prédio do parlamento, atribuído aos comunistas, criou uma Lei Habilitante, garantindo poder absoluto. Um Instituto de orientação marxista, composto por judeus assimilados, não tinha futuro na Alemanha nazista. Ele foi fechado, e o prédio ocupado pela Gestapo. Antecipando-se a isso, Horkheimer tinha transferido os escritórios para Genebra e, dois anos depois, em 1935, mudou o Instituto para Nova Iorque. Antes desses exílios forçados, porém, ele trabalhou com os seus colegas num significativo conjunto de pesquisas explorando as raízes sociais e psicológicas que sustentavam o apoio popular a Hitler.

O primeiro grande projeto foi um questionário, distribuído a cerca de três mil trabalhadores, investigando suas atitudes a respeito de uma série de questões do momento. O objetivo era avaliar a temperatura política sob o pano de fundo da crescente popularidade de Hitler. As respostas de setecentos questionários válidos foram utilizadas para investigar palavras-chave e frases que indicassem predisposições subjacentes, com base no conhecimento psicanalítico do pesquisador líder do estudo, Erich Fromm. Os resultados não foram muito animadores. Embora apenas dez por cento dos respondentes pudessem ser classificados como firmemente comprometidos com o autoritarismo, apenas quinze por cento eram fortemente antiautoritários, deixando três quartos indecisos e abertos à persuasão. Fromm se demitiu do Instituto logo depois e, apesar dos esforços posteriores para resgatar o projeto, o plano de publicá-lo, sob o título de *Os trabalhadores alemães sob a República de Weimar*, nunca foi concretizado. Um resumo, porém, apareceu na análise mais geral do Instituto das raízes sociais e psicológicas do autoritarismo, publicada em 1936 como *Estudos sobre a autoridade e a família*, que, entre outras coisas, apresentou o conformismo popular como resposta à desarticulação social provocada pela depressão econômica.

Esse tema tinha sido explorado antes por Siegfried Kracauer, um importante jornalista, em seu estudo dos trabalhadores de colarinho branco em Berlim, publicado como uma série de artigos de jornal em 1929 e lançado no formato de livro um ano depois, como *The salaried masses: duty and distraction in Weimar Germany* (Kracauer, 1998). Suas extensas entrevistas e observações em primeira mão pintaram um vívido quadro de uma classe cuja posição social e cujo senso de valor tinham sido ostensivamente enfraquecidos. “O lar dos valores e sentimentos burgueses no qual eles tinham vivido entrou em colapso, suas fundações erodiram pelo desenvolvimento econômico”, deixando-os “espiritualmente desabrigados” (Ibid.: 88). Numa análise posterior, escrita nos Estados Unidos, Kracauer explorou como esse espaço cultural vazio fora preenchido no cinema

alemão pré-Hitler por narrativas que criavam um “épico nacional que abordava a humilhação da Prússia com uma perspectiva de futura redenção” conduzida por um *Führer* inspirado (Id., 1947: 263). Houve contranarrativas mas, como ele notava, “no conflito de posições antiautoritárias e autoritárias, as maiores chances eram contra as primeiras” (Ibid.: 271). Isso se devia em parte ao fato de os programas social-democráticos serem associados ao percebido declínio, à desorganização e ao fracasso. Esse ponto foi enfaticamente destacado por Franz Neumann, outro exilado da Alemanha nazista, que ingressou no Instituto de Frankfurt nos Estados Unidos. Em sua magistral análise do regime de Hitler, *Behemoth*, publicada em 1944, ele argumentou que a “propaganda nacional-socialista não destruiu a democracia de Weimar. O Partido Social Democrata não simbolizava uma política vital e realista. A liderança não estava disposta a assumir riscos, e a política democrática tornou-se petrificada” (Neumann, 1944: 437).

O contexto mudou, mas desenvolvimentos recentes deram nova relevância a esses argumentos. As campanhas de Donald Trump nos Estados Unidos e dos brexitistas no Reino Unido falaram sobre a experiência vivida de três décadas de declínio dos padrões de vida e sobre o fracasso do Partido Democrata e do Novo Trabalhismo em contestar as premissas fundamentais da ascendência neoliberal, impulsionadoras das políticas que criaram insegurança e empobrecimento econômico generalizados. Suas campanhas também articularam receios profundamente arraigados de perda do poder nacional e de respeito no cenário mundial, com Trump prometendo “fazer a América grande de novo”, e o líder do Brexit, Boris Johnson, exortando os britânicos a “deixar o leão rugir” – uma referência ao poder da realeza na Inglaterra desde os tempos normandos. A ironia de evocar uma imagem apresentada pela primeira vez pelos vencedores em uma invasão bem-sucedida da França em um discurso exaltando os benefícios de deixar a União Europeia (UE) passou despercebida pelos comentaristas. Na compreensão dos blocos de construção retóricos sobre os quais esses apelos foram construídos e das estratégias de comunicação empregadas para promovê-los, o trabalho conduzido pelos membros do grupo frankfurtiano, no exílio nos Estados Unidos, continua a fornecer um ponto de partida indispensável para a análise.

DESPACHOS DOS ESTADOS UNIDOS: DEMOCRACIA E DEMAGOGIA

Os modos preferidos por Hitler para falar em público foram expressamente planejados para estabelecer uma conexão direta com seus seguidores. Os comícios noturnos de massa meticulosamente orquestrados com sua iluminação dramática e mares de bandeiras ondulantes ofereciam um palco espetacular para suas

performances retóricas. Como notou Walter Benjamin, um antigo associado do Instituto de Frankfurt, eles eram parte integrante de um aparato promocional que introduziu a “estetização na vida política”, oferecendo espaços de “expressão ainda que mantendo as relações de propriedade” (Benjamin, 1970: 24). Aqueles que não podiam comparecer eram capazes de ouvir os discursos pelo rádio, um meio cujo potencial para construir uma ilusão de comunicação personalizada Hitler tinha imediatamente percebido.

Hitler não estava sozinho. Por mais de uma década, de 1933 a 1944, o presidente dos Estados Unidos, Franklin D. Roosevelt, dirigiu-se regularmente ao país via rádio, explicando o pensamento por trás de suas políticas internas e, mais tarde, a condução da guerra. Essas foram deliberadamente expressas, não como discursos formais, mas como conversas em torno da mesa de sala de jantar, tendo uma desejada intimidade ancorada pelo título, “Conversas à lareira”. O caráter comercial e competitivo do rádio norte-americano, entretanto, também o abriu a uma série de outras perspectivas políticas, incluindo as que promoviam plataformas de direita populistas. A presença estridente dessas levantou uma intrigante questão. A cultura política do país que criara a primeira república do mundo e proclamava ser um farol da democracia abrigava as mesmas correntes que apoiavam o fascismo?

Morris Janowitz, que analisou os discursos radiofônicos do político de direita Gerald Smith quando este estava em campanha para o senado em 1941-1942, não tinha dúvidas de que ele era um “uma perigosa manifestação de algo profundo na tradição norte-americana” (Janowitz, 1944: 84). Numa estratégia retórica familiar à campanha de Trump, Smith apresentava-se como “o candidato oprimido, intimidado e perseguido” pelas “mentiras de jornal” contra os que defendem o “povo comum” da corrupção e da manipulação dos políticos e burocratas em Washington (Ibid.: 90-91). No início de sua carreira, Smith apoiara o mais bem-sucedido comentarista de rádio conservador dos anos entre guerras, Charles Coughlin, um padre católico irlandês da Igreja da Pequena Flor em Royal Oak, Michigan. Em seu auge, em meados da década de 1930, suas transmissões semanais, a partir de uma rede de emissoras independentes ao redor do país, tinham um alcance de mais de quarenta milhões de ouvintes (Kay; Ziegelmüller; Minch, 1998). Seus discursos foram analisados em detalhe num pioneiro estudo de Alfred e Elizabeth Lee publicado em 1939 (McChung Lee; Briant-Lee, 1939).

Assim, quando os membros do Instituto de Frankfurt chegaram aos Estados Unidos, as estratégias comunicativas do populismo autoritário e sua capacidade de subverter os processos de democracia deliberativa já eram foco de preocupação e pesquisa. O grupo de Frankfurt contribuiu para o debate com análises

detalhadas da visão de mundo e dos estilos performativos de uma série de agitadores populistas, juntamente com pesquisas sobre a extensão de seu apoio popular manifesto e potencial.

Theodor Adorno tinha ido a Nova Iorque para trabalhar com Paul Lazarsfeld na série de estudos sobre a indústria de rádio e suas audiências. Músico talentoso, Adorno estudara com o compositor de vanguarda Alban Berg, e seu foco inicial era a música no rádio; mas como refugiado da Alemanha nazista ficou impressionado com a similaridade entre os dispositivos retóricos empregados pelos comentaristas de direita e os de Hitler. Quando Horkheimer se mudou para a Califórnia, por razões de saúde, Adorno se juntou a ele e começou a analisar as transmissões de Martin Luther Thomas, que tinha uma forte base no cristianismo evangélico (Adorno, 2000). Embora os inimigos que Thomas identificava em seus discursos fossem resolutamente seculares e ancorados no aqui e no agora, havia a promessa de que os fiéis poderiam *nascere de novo* se renunciassem aos assim chamados diabos e a todas as suas ocupações, adotando o verdadeiro caminho que ele delineou, com firme base na visão de mundo fundamentalista. A análise de Adorno permaneceu inédita na época, mas a pesquisa sobre uma amostra mais ampla de apelos de direita liderada por outro membro do grupo de Frankfurt, Leo Löwenthal, foi publicada em 1949 sob o título *Prophets of deceit: a study of the techniques of the American agitator* (Löwenthal; Guterman, 1949). Em conjunto, suas detalhadas anatomias do conteúdo e da apresentação do populismo autoritário continuam a oferecer um recurso essencial para analisar os desenvolvimentos contemporâneos.

Os discursos analisados foram organizados em torno de duas oposições fundamentais, entre *nós* e *eles*, e passado e presente, animados por uma narrativa nacional idealizada de uma sociedade seguramente ancorada em uma cultura comum e em valores compartilhados. Como Löwenthal e Guterman notam, essa construção está baseada numa demarcação automática do *exterior* como um canal disruptivo e corrosivo de crenças e práticas dos estrangeiros, levando ao forte apoio às denúncias de quaisquer “planos que permitam a entrada de novos imigrantes no país” (Ibid.: 50). Junto com as ameaças externas, os exemplos que eles examinam também identificaram uma quebra fundamental de confiança entre líderes e liderados na sociedade. Sob o pano de fundo das políticas do *New Deal* de Roosevelt, os porta-vozes da direita podiam fomentar “a tradicional descrença estadunidense na burocracia e na centralização promovida pelo governo, apresentando o aumento da centralização como uma restrição à liberdade pessoal e ao empreendimento de mercado” (Ibid.: 48). Essa desconfiança era fomentada ainda mais por suspeitas populares de que muitos representantes eleitos estavam no bolso dos “lobbies que atendiam a

interesses especiais”, que operavam de maneira oculta, manipulando as cordas nos bastidores – uma percepção que oferecia um terreno fértil para as teorias de conspiração (Ibid.: loc. cit.).

A detalhada análise de *Prophets of deceit* mapeou uma estrutura organizacional básica do discurso populista que se mostrou notavelmente resiliente. Tal discurso, de forma variada, apresenta “a ‘elite’, ‘o establishment’, ‘o estado’ ou ‘o sistema’ como a fonte da crise, colapso, corrupção ou disfuncionalidade” em oposição “ao ‘povo’ que foi ‘decepcionado’, ‘roubado’, ‘extorquido’, tornado sem poder ou mal governado” (Moffitt; Tormey, 2014: 391). Tendo pintado um retrato sombrio, conjugando decadência e declínio, no entanto, os agitadores de direita estudados pelo grupo de Frankfurt passaram a apresentar a redenção como um retorno à “era de segurança imaculada e não contaminada”, evocada por “imagens nostálgicas” dos “bons e velhos tempos” (Ibid.: 49). Esse movimento retórico encerra o círculo do argumento. O agitador se compromete a entrar no combate em nome do povo “para derrotar os grupos sociais responsáveis” pela sua condição atual, para criar “um movimento capaz de alcançar esse objetivo e se propõe como líder” (Ibid.: 6).

Como os estudos dos frankfurtianos deixam claro, porém, o populismo autoritário que analisaram não poderia ser entendido simplesmente como um conjunto de imagens e dispositivos narrativos postos à disposição para promover uma visão de mundo específica. Ele precisava ser visto como um estilo particular de político que enfatizava a performance em detrimento do argumento. Hitler ensaiava seus gestos e sua ação em frente de um espelho para produzir uma performance cuidadosamente elaborada, que era emprestada do entretenimento popular. Como Adorno notou, “Hitler era admirado não a despeito de seus comportamentos grotescos ordinários, mas devido a eles” (Adorno, 1994: 167). Os agitadores estadunidenses que o filósofo pesquisou seguiram o exemplo, com o objetivo realizar “uma performance remanescente do teatro” (Ibid.: 166); não o teatro da tradição clássica, mas os espetáculos montados no *vaudeville* e no cabaré. O resultado, como Löwenthal e Guterman (1949: 4) concluíram, é que

eles dão ao seu público pagante uma espécie de ato – algo entre um recital trágico e uma pantomima de palhaços – em vez de um discurso político. A discussão de temas políticos invariavelmente serve a eles como uma ocasião para vitupérios violentos e injúria pessoal aparentemente irrelevante.

Isso levou o estudo à “falta de consideração pelas formas apropriadas de agir no campo político”, pontuadas pela “incorreção política e, sendo excessivamente demonstrativas e pitorescas, fontes de grande parte de seu apelo para os

seguidores” (Moffitt; Tormey, 2014: 392). Ao se excluírem da política normal, o estilo performativo dos agitadores destaca a pretensão que eles têm de ser *outsiders* sem envolvimento ou responsabilidade pelo alegado declínio social. Ao violar o “tabu que a sociedade de classe média colocou sobre qualquer comportamento expressivo por parte do cidadão normal”, eles se conectam com as suas audiências a partir de uma linguagem vernácula comum de condenação e de emoções compartilhadas de raiva e indignação. Em lugar de uma “consciência intelectual da situação” enfrentada por seu público, essa estratégia performativa produz e “aumenta a própria emoção”, produzindo soluções que “podem parecer incongruentes e moralmente chocantes, mas que são sempre fáceis, simples e terminantes” (Löwenthal; Guterman, 1949: 9), frequentemente com base na “negação do conhecimento especializado e em defesa do ‘senso comum’” (Moffitt; Tormey, 2014: 391). A conexão do locutor com o público é reforçada ainda pelo compartilhamento de anedotas pessoais, por vezes ilustrativas, confessionais e autossatisfatórias. Como Adorno observou, os agitadores “passam grande parte do tempo falando sobre si mesmos ou sobre seus públicos” (Adorno, 1994: 163). Como consequência, eles parecem agir “de maneira interna às audiências, como alguém que surge do meio delas para exprimir seus mais íntimos pensamentos” (Löwenthal; Guterman, 1949: 5).

Prophets of deceit foi um volume de uma série publicada sob o título *Studies in prejudice*, produzido por um programa de pesquisa financiado pelo American Jewish Committee para explorar as raízes e a dinâmica do antissemitismo. Embora os principais líderes do grupo de Frankfurt fossem provindos de famílias judaicas e o antissemitismo fosse central na ideologia nazista, desde o início, durante os anos na Alemanha a temática tenha sido estudada, como observado, junto com a categoria mais geral do antiautoritarismo. Em colaboração com o Grupo de Estudo da Opinião Pública de Berkeley, Adorno esteve envolvido principalmente num dos seus projetos-chave, *The authoritarian personality*, que, como o título esclarece, buscou traçar as raízes biográficas do autoritarismo. Seguindo os estudos prévios de Weimar do grupo de Frankfurt, atribui-se à dinâmica familiar um papel central às crianças que cresceram com pais severos e distantes, vistas como predispostas a projetar suas frustrações em grupos minoritários e naqueles que tinham opiniões dissidentes. Esses traços latentes eram codificados em uma série de questões numa escala de atitude projetada para medir graus de autoritarismo na população em geral. Foi chamada de Escala F (F de fascismo).

Introduzindo a série *Studies in prejudice* quando de sua publicação, Horkheimer reconhece que os leitores podem concluir “que colocamos uma ênfase indevida nos aspectos pessoais e psicológicos, em vez dos sociais”, fracassando

em “ver que a causa da hostilidade irracional pode ser encontrada, em última instância, na frustração e injustiça sociais” (Horkheimer, 1949: viii). Esse enunciado, “em última instância”, tinha sido central para as disputas dentro do marxismo sobre o papel determinante das forças econômicas. O uso feito por Horkheimer aqui pode ser lido como uma indicação tanto de seu relativo desinteresse em questões de economia política quanto de sua avaliação pessimista das chances de mudança estrutural radical.

A oportunidade de conectar biografias e histórias, explorando o impacto da Grande Depressão dos anos 1930 na consciência dos trabalhadores, veio quando o Jewish Labour Committee financiou pesquisas para investigar a predominância de ideias reacionárias e antisemitas dentro do movimento trabalhista. Esse estudo foi conduzido por Löwenthal em parceria com Friedrich Pollock, que era membro do Instituto de Frankfurt desde sua fundação e tinha um forte interesse em questões relacionadas à economia política. Numa série de ensaios do início da década de 1930, Pollock argumentou que o capitalismo estava entrando numa nova fase de “capitalismo de Estado”, com o governo assumindo um papel intervencionista cada vez maior, uma dinâmica que ele via como se estivesse preparando o terreno para uma economia planejada socialista ou ajustando o capitalismo ao usar o investimento público para enfrentar as consequências sociais da crise econômica. Após a tomada do poder por Hitler, Pollock ficou nitidamente mais pessimista e passou a ver uma resposta autoritária à crise como tão provável quanto uma resposta democrática. Seu trabalho com Löwenthal no estudo do movimento trabalhista reforçou seu pessimismo. A pesquisa produziu um manuscrito de mais de mil páginas, mas os resultados, com mais da metade dos trabalhadores pesquisados expressando visões antisemitas, eram politicamente muito sensíveis para a circulação geral e, após sucessivos adiamentos, a publicação foi cancelada.

BENEFICIÁRIOS DO LOGRO²: TRUMP E O BREXIT

Ao reler o trabalho inicial de Frankfurt e a discussão de Habermas sobre a refeudalização no contexto da bem-sucedida campanha presidencial de Donald Trump e de sua posterior administração, bem como da campanha do referendo da UE no Reino Unido e de suas consequências, tais textos parecem notavelmente clarividentes e relevantes.

À primeira vista, Donald Trump, Boris Johnson, figura central da campanha *Vote leave*, e Nigel Farage, a força motriz por trás da campanha alternativa do Partido da Independência do Reino Unido (Ukip), que ele fundou, parecem improváveis defensores do homem comum. Trump herdou o império imobiliário

²No original “*profits of deceit*”, jogo de palavras com “*prophets of deceit*” (N. do T.).

D

Refeudalização revisitada

de seu pai. Johnson frequentou a mais prestigiada escola pública da Inglaterra, Eton, presidiu o grêmio estudantil e o exclusivista clube masculino da principal universidade do país, Oxford, trabalhou como editor-assistente no *The Daily Telegraph* e depois como editor da revista *The Spectator*, ambas publicações lidas pelos círculos conservadores de elite. Farage teve uma carreira de sucesso como negociante de *commodities* na London Metal Exchange antes de ingressar na política. Todos os três são, entretanto, mestres do espetáculo, criando estilos de performances que chamam atenção para suas plataformas populistas.

Durante as primeiras quatorze temporadas de seu programa televisivo no horário nobre, Trump atuou como o patrão, em *O Aprendiz (The Apprentice)*, distribuindo para equipes concorrentes de aspirantes a empreendedores uma série de tarefas relacionadas a negócios, sendo que aquelas com o desempenho mais fraco eram dispensadas ao final de cada episódio com a frase slogan: “você está demitido”. Essa exposição ajudou a estabelecer a reivindicação de perspicácia comercial e de determinação de Trump, mas um olhar mais atento sobre a encenação do programa aponta para dispositivos que se tornariam familiares em sua campanha presidencial. Toda semana o programa terminava com um slogan que aparecia na tela. A linguagem – “nunca se acomode”, “o respeito vem da vitória”, “não deixe nada em seu caminho” – sintetiza perfeitamente a recusa de deliberação por parte de Trump, emprestada da atitude do mundo dos negócios segundo a qual o vencedor leva tudo.

Ao mesmo tempo, Trump era adepto de mobilizar o público para legitimar suas decisões. Ao final da segunda temporada, confrontado com a escolha entre os dois finalistas, ele se vira para a câmera e pergunta: “quero sua opinião, o que você acha?”. A sala da diretoria onde ele está, supostamente localizada no cume da Trump Tower, gira, e ele é mostrado em um palco na frente de uma efusiva plateia convidada. Como um dispositivo projetado para demonstrar sua conexão orgânica com a opinião popular, isso teve os desconfortáveis ecos da celebração dos comícios de massa de Hitler em *O triunfo da vontade*, que se inicia com Hitler descendo do céu para aparecer diante de um estádio lotado. Como Jim McGuigan observou, “Leni Riefenstahl não poderia ter organizado o evento melhor ou o filmado para um efeito mais surpreendente, embora barato” (McGuigan, 2010: 136). Mas foi sem dúvida a longa associação de Trump com o estádio e as competições televisionadas, encenadas pela World Wide Wrestling Entertainment (WWE), que mais contribuíram para seu estilo performático. Como Roland Barthes observou, em sua brilhante dissecação do imaginário popular em *Mythologies*, “a virtude da luta livre é que é um espetáculo de excessos” que convida o público a imergir completamente, de modo que “o que importa não é o que se pensa, mas o que se vê” (Barthes, 1973: 15).

O WWE de 2007, “A batalha dos bilionários”, que lançou um lutador representando Trump contra um adversário que representava seu rival, Vince McMahon, foi uma demonstração perfeita desse princípio em ação. Após a derrota de McMahon, Trump fingiu socá-lo enquanto ele estava deitado no chão, raspou sua cabeça e lançou ao público notas de dólares. Como Naomi Klein argumentou, a campanha presidencial de Trump utilizou fortemente o repertório de performance adquirido no circuito de luta livre.

Suas brigas cuidadosamente alimentadas com outros candidatos eram pura luta livre profissional, especialmente a forma como ele dava apelidos insultuosos (“Pequeno Marco”, “Ted Mentiroso”) [e] interpretava o mestre de cerimônias em seus comícios, repletos de insultos exagerados (“Prendem-na”, “Killary”) e que dirigem a ira da multidão para os vilões apontados na arena. (Klein, 2017: 52)

Embora Johnson e Farage sejam menos histriônicos em suas aparições públicas, ambos ensaiaram personas performativas: Johnson como um patriota dedicado com inclinação para gracinhas e Farage como um *sujeito comum*, uma imagem que ele registra em todas as oportunidades, como ao insistir em ser fotografado em um pub inglês saboreando uma cerveja inglesa. Johnson é mais extravagante. Quando a tirolesa, que ele usava como parte das comemorações de uma medalha de ouro britânica nos Jogos Olímpicos de 2012, emperrou, deixando-o suspenso no ar, ele aproveitou a oportunidade para acenar as duas pequenas bandeiras nacionais que estava segurando, para o prazer da multidão que olhava ansiosamente de baixo. Como Adorno observou, “os agitadores são levados a sério porque se arriscam a fazer a si mesmos de tolos” (Adorno, 1994: 166).

Esses estilos performativos serviram de base para a promoção de temáticas populistas que Adorno e Löwenthal facilmente reconheceriam. Tanto o slogan “América primeiro”, de Trump, quanto a exigência do slogan da campanha pela saída do Reino Unido da UE, de “retomar o controle”, falavam de ansiedades e ressentimentos populares alimentados por dois processos: desindustrialização, perda de empregos tradicionais e devastação das comunidades de mineração e manufatura, e aumento dos fluxos transnacionais de pessoas e de produtos gerados pela globalização neoliberal. Em resposta, o discurso populista autoritário propôs duas soluções simples: reimpor o controle sobre as fronteiras nacionais e recuperar a soberania sobre as suas decisões principais.

Como notado antes, Löwenthal e Guterman identificaram a imigração como um foco chave das construções populistas da disrupção social e da erosão cultural, destacando a figura do refugiado como o “modelo ideal de irreconciliabilidade”,

já que “ele [sic] não tem lar, não é aceito no lugar de onde veio, nem para onde vai” (Löwenthal; Guterman, 1949: 51). Esse tema ocupa um lugar central em ambas as campanhas discutidas aqui. Abordando as ansiedades provocadas pelos recentes ataques violentos de jihadistas, Nigel Farel foi fotografado posando em frente a um outdoor que mostrava uma coluna de refugiados da Síria aproximando-se da fronteira da UE. A composição e a localização da coluna reproduziam exatamente a sequência de um filme de propaganda nazista, advertindo na trilha sonora contra “os parasitas que inundaram as cidades da Europa após a última guerra, minando suas comunidades acolhedoras e trazendo o crime, a corrupção e o caos” (Bartlett, 2016). Sob o título “Ponto de ruptura”, o vídeo anunciou que “a UE falhou conosco” e chegou a hora de “retomar o controle de nossas fronteiras”. Essa mesma demanda também foi fundamental para a plataforma de Trump, com as repetidas promessas eleitorais de construir um muro na fronteira mexicana e subsequentes tentativas de capitalizar os temores de ataques jihadistas para proibir a entrada de cidadãos dos países rotulados como oriundos do Oriente Médio nos Estados Unidos.

O pôster do Ukip foi severamente condenado por Michael Gove, importante porta-voz da campanha oficial e menos estridente do *Vote leave*. Mas sabendo que os principais economistas eram unânimes em se opor à saída da UE, quando Nigel Farel foi desafiado pela Sky News a nomear um economista importante que apoiasse a causa, ele recorreu à bem conhecida desconfiança populista dos intelectuais, afirmando que “as pessoas neste país estão fartas de especialistas” e que era hora de confiar nas pessoas comuns para decidir por si mesmas (Nigel..., 2016).

Junto com as demandas de policiar as fronteiras nacionais de forma mais vigorosa, tanto a campanha de Trump como a do *Leave* defenderam a necessidade de reforçar a soberania nacional sobre as principais decisões que afetam a vida política e social. A perspectiva de não ser mais tutelado pelos julgamentos no Tribunal de Justiça Europeu ou pelas regulamentações introduzidas por agências europeias era central no caso da saída do Reino Unido da UE. A soberania seria devolvida ao parlamento. Trump, ao colocar a “América em primeiro lugar”, produzia o distanciamento de agências transnacionais e dos acordos que impõem obrigações, principalmente da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco) e do Acordo Climático de Paris.

“Retomar o controle” representa também uma espinhosa questão econômica. Ao alegar que os acordos de livre comércio assinados pelos EUA são desvantajosos para a indústria nacional, Trump retirou-se do Acordo de Parceria Transpacífico e está atualmente examinando ou renegociando ativamente outros acordos para garantir termos mais favoráveis. O aumento da renda nacional

também foi fundamental para a campanha no Reino Unido, tendo Boris Johnson circulado em vários lugares, com um ônibus vermelho, exibindo a mensagem proeminente: “enviamos à União Europeia 350 milhões de libras por semana. Vamos financiar nosso Sistema de Saúde, em vez disso. Vamos retomar o controle”. A declaração era fictícia. Não levava em conta nem o desconto que havia sido negociado nem os fundos enviados pela UE ao Reino Unido, mas tocava numa popular suposição de que a relação com a UE era uma via de mão única, propondo-se, ao mesmo tempo, como a redenção da instituição mais admirada do país, o Serviço Nacional de Saúde.

Embora as campanhas de Trump e do *Leave* tenham sido bem-sucedidas, as margens de vitória foram relativamente pequenas. No Reino Unido, 51,89% dos que votaram no referendo optaram por deixar a UE, contra 48,11% que votaram a favor da permanência. Hillary Clinton obteve 2,9 milhões de votos populares a mais do que Trump (uma margem vencedora de 2,1%), mas as vitórias dele em estados-chave foram suficientes para garantir os votos para o republicano no Colégio Eleitoral, que toma a decisão final, dando a Trump 57% dos votos e a presidência. Diante dessas margens estreitas, tanto o presidente dos Estados Unidos quanto o governo britânico, liderado por Teresa May, enfatizaram repetidamente que têm um mandato popular e que qualquer um que procure criticá-los ou impedi-los está desrespeitando a vontade expressa do povo.

Essa dicotomia fundamental foi dramatizada em termos mais contundentes em novembro de 2016, quando a Suprema Corte britânica decidiu que, constitucionalmente, a decisão de dar início ao processo de saída da UE exigiria a aprovação do parlamento. No dia seguinte, o principal jornal conservador do país, o *Daily Mail*, trazia um destaque em sua primeira página com uma manchete denunciando os juízes como “inimigos do povo”. Essa visão foi endossada na primeira página de outro importante jornal conservador, *The Daily Telegraph*, cuja manchete era: “Juízes versus o povo”, “Fúria contra juízes ‘fora da realidade’ que desafiaram os 17,4 milhões de eleitores do Brexit”. Em 19 de abril, dia em que Teresa May convocou uma eleição antecipada na esperança de aumentar sua maioria parlamentar, o *Daily Mail* mostrava seu retrato em tamanho real sob a manchete “Esmague os sabotadores”, saudando sua decisão como uma “impressionante ação para chamar a atenção quanto ao blefe da continuidade do jogo dos contrários ao Brexit, incluindo os Lordes ‘não eleitos’”. Rotular os oponentes como *sabotadores* e *inimigos do povo*, ridicularizando os que expressam pontos de vista alternativos e recusando-se a aceitar a legitimidade das vozes críticas na segunda câmara parlamentar são clássicas elaborações populistas planejadas para reafirmar a absoluta divisão entre *eles* e *nós*, aqueles que estão com o povo e os que são contra ele, o líder que busca atender os interesses do povo e os que tentam negar isso.

A eleição diminuiu em vez de aumentar a maioria parlamentar da primeira-ministra May. Diante de uma base ainda mais precária de apoio parlamentar, ela defendeu fortemente o uso dos chamados poderes de Henrique VIII, originados com o Estatuto de Proclamações de 1539, para emendar as leis da UE à medida que são incorporadas à legislação do Reino Unido. Isso permite ao primeiro-ministro contornar o parlamento e aprovar emendas às leis por ação executiva. No caso de sua implementação, isso representaria um forte movimento rumo à restauração da autoridade feudal centralizada.

O presidente Trump atualmente enfrenta um impasse similar. Incapaz de avançar qualquer um dos projetos-chave de sua prometida agenda legislativa por meio do congresso e do senado, apesar de ter maioria em ambas as câmaras, Trump fez amplo uso de ordens executivas. Ao final de seus primeiros cem dias no cargo, ele havia assinado um total de 32 ordens, mais do que qualquer presidente desde a Segunda Guerra Mundial. Ao mesmo tempo, ele tem dedicado tempo e energia consideráveis para reforçar sua base central de apoio.

Como observado antes, Habermas argumentou que a grande imprensa e o rádio tradicionais “praticamente não têm efeito no âmbito da esfera pública manufaturada” (Habermas, 1991: 215). Confrontado com as críticas dessa mídia, Trump as rejeitou, acusando-as de serem fontes de “notícias falsas” destinadas a desacreditá-lo, e se recusa a dialogar com elas. Depois de duzentos dias no cargo, ele havia realizado uma única coletiva de imprensa, em contraste com as nove de Obama e as oito de Clinton no mesmo período. A única emissora de televisão em que Trump aparece constantemente é a Fox News, uma apoiadora de longa data. Ele também pode confiar nos programas de rádio conservadores e nos sites de direita liderados pela Breitbart News Network, a suposta *plataforma da alt-right*, liderada por Steve Bannon, que foi brevemente estrategista-chefe de Trump antes de ser demitido e retornar ao site para promover a agenda populista conservadora que ele havia originalmente esboçado para a campanha presidencial de Trump. Embora o apoio midiático seja útil, Trump prefere alcançar seus apoiadores através de seus canais de comunicação favoritos: comícios de massa e postagens no Twitter.

Entre sua posse e o final de setembro de 2017, Trump havia falado em nove comícios de massa em seus locais principais de apoio, atraindo audiências de entre seis e quinze mil pessoas. As habilidades performáticas populistas exibidas em suas aparições ao vivo são acompanhadas pelo imediatismo do discurso vernacular de suas postagens no Twitter. Entre a sua eleição e julho de 2017, Trump postou mais de mil *tweets*, com uma média de 5,5 por dia. Com seus erros gramaticais, frases coloquiais e insultos aos opositores, os *tweets* imitam as discussões cotidianas dos eventos correntes em bares e lares, e confirmam

a caracterização de Adorno do discurso populista de direita como aquele que oferece um “sobrevoo organizado de ideias” no lugar da “lógica rigorosa”, convidando o receptor a abandonar o “pensamento estrito” e a “entregar-se a um fluxo de palavras nas quais possa nadar” (Adorno, 1994: 165). Essa estratégia de mídia produz um círculo de autorreforço com as postagens de Trump no Twitter, suas apresentações em comícios e suas batalhas contra seus detratores, que são retomadas e amplificadas nos meios de comunicação preferidos de seus apoiadores. No lugar de uma esfera pública aberta a posições diversas, esse processo resulta no que Todd Gitlin (1998) descreveu há algum tempo como uma minúscula esfera pública, que autores posteriores têm visto como uma câmara de eco na qual as informações e os argumentos selecionados de acordo com uma posição pré-definida circulam em um espaço fechado. O resultado disso é a destruição da democracia deliberativa na qual a tentativa de antecipação do debate aberto nas câmaras legislativas combina-se com a subversão da deliberação aberta necessária para o desenvolvimento da opinião pública crítica.

O panorama midiático britânico difere dos Estados Unidos em dois aspectos importantes. Em primeiro lugar, no Reino Unido existe uma imprensa nacional dominada por publicações que apoiam arraigados pontos de vista conservadores, detêm uma participação majoritária na circulação geral e oferecem um forte apoio à saída da UE. Em segundo lugar, a radiodifusão continua fortemente regulamentada, de modo que os requisitos de equilíbrio excluem o partidarismo da Fox News, e as notícias de serviço público da BBC continuam a desempenhar um papel central. Ao mesmo tempo, os dois países testemunharam a rápida ascensão do Facebook como um importante mecanismo de filtragem, direcionando anúncios, notícias e comentários para os espaços digitais dos usuários com base em perfis construídos a partir de suas atividades e preferências on-line. Tanto a campanha presidencial de Trump quanto a campanha do Brexit fizeram amplo uso da análise de dados para microgerenciar a inserção de publicidade e de apelos no Facebook, reforçando a autoclausura do debate político e sua separação em campos mutuamente antagônicos.

Como Habermas notara, os principais arquitetos da “esfera pública manipulada” dedicam enormes quantidades de tempo e energia para elaborar cuidadosamente “apelos calculados” destinados a “garantir um acordo plebiscitário” sem colocar “quaisquer obrigações” sobre si mesmos (Habermas, 1991: 215). Tanto a presidência de Trump quanto a pressão por um Brexit *duro*, que dissocie completamente o Reino Unido das instituições europeias, são planejadas para reforçar um acordo neoliberal que favoreça a regulamentação mínima, sem restrição aos negócios, continuando a transferir renda e riqueza de baixo para cima na escala social.

O ministério de Trump inclui representantes das principais corporações industriais e financeiras, incluindo a ExxonMobil e a Goldman Sachs, e um responsável pelos assuntos trabalhistas que se opõe veementemente às legislações de salário mínimo. Trump, o primeiro bilionário a se tornar presidente, não conseguiu se distanciar totalmente de seus múltiplos interesses comerciais e repetidamente faz publicidade de seus hotéis e resorts, usando-os para reuniões oficiais. Seu governo decidiu destruir regulamentações em um amplo conjunto de áreas, desde a proteção ambiental até a saúde e a segurança, e está propondo mudanças nos sistemas de saúde e tributação que sistematicamente desfavorecem os pobres. Os defensores mais dedicados do divórcio total da UE saúdam a perspectiva de o Reino Unido se tornar uma economia de baixos impostos e limitada regulamentação. Eles e Trump são os profetas do logro que trabalham para a continuidade do neoliberalismo usual, o qual infligirá mais danos àqueles *firμες trabalhadores, sal da terra*, grupos de baixa renda em empregos inseguros que ocupam um lugar privilegiado nas retóricas populistas sobre o *povo*.

Mesmo um rápido relance na história da Idade Média, no entanto, confirma que as tentativas de consolidar o domínio feudal foram pontuadas por revoltas periódicas dos camponeses e por protestos populares contra as injustiças percebidas e o exercício arbitrário do poder. Os processos contemporâneos de refeudalização, que visam transformar os cidadãos em público nos teatros do poder, aplaudindo a performance nos momentos adequados, estão sendo confrontados com novas formas de recusa e resistência, destinadas a restaurar espaços e práticas de deliberação aberta e ação cooperativa. O futuro da política democrática, como uma arena de negociação de princípios em defesa dos ideais de justiça, igualdade e comunalidade, dependerá de seu sucesso. ■

REFERÊNCIAS

- ADORNO, T. Anti-semitism and fascist propaganda. In: _____. *The stars down to earth and other essays in irrational culture*. London: Routledge, 1994. p. 162-171.
- _____. *The psychological technique of Martin Luther Thomas' radio addresses*. Stanford, CA: Stanford University Press, 2000.
- BARTHES, R. *Mythologies*. London: Paladin, 1973.
- BARTLETT, E. People are calling out Ukip's new anti-EU poster for resembling "outright Nazi propaganda" *indy100*, London, 16 jun. 2016. Available at: <<https://goo.gl/goSNmD>>. Access on: 26 jul. 2018.
- BENJAMIN, W. *Illuminations*. London: Fontana, 1970.
- CRICK, B. *In defence of politics*. Chicago: Chicago University Press, 1962.

- DO SOCIAL media threaten democracy? *The Economist*, London, 4 nov. 2017. p. 11. Available at: <<https://goo.gl/ts5GHn>>. Access on: 31 jul. 2018.
- GITLIN, T. Public sphere or public sphericles? In: LEIBES, T.; CURRAN, J. (Eds.). *Media, ritual and identity*. London: Routledge, 1998. p 168-174.
- HABERMAS, J. *The structural transformation of the public sphere: an inquiry into a category of bourgeois society*. Cambridge, MA: MIT Press, 1991.
- HORKHEIMER, M.; FLOWERMAN, S. Forward to studies in prejudice. In: LÖWENTHAL, L.; GUTERMAN, N. *Prophets of deceit: a study of the techniques of the American agitator*. New York: Harper & Bros, 1949. p. i-viii.
- JANOWITZ, M. The techniques of propaganda for reaction: Gerald L. K. Smith's radio speeches. *Public Opinion Quarterly*, Oxford, v. 8, n. 1, p 84-93, 1944. DOI: <https://doi.org/10.1086/265669>
- KAY, J.; ZIEGELMUELLER, G.; MINCH, K. From Coughlin to contemporary talk radio: fallacies and propaganda in American popular radio. *Journal of Radio Studies*, Abingdon, v. 5, n. 1, p. 9-21, 1998. DOI: <https://doi.org/10.1080/19376529809384526>
- KLEIN, N. *No is not enough: debating the new shock politics*. London: Allen Lane, 2017.
- KRACAUER, S. *From Caligari to Hitler: a psychological history of the German film*. Princeton, NJ: Princeton University Press, 1947.
- _____. *The salaried masses: duty and distraction in Weimar Germany*. London: Verso, 1998.
- LÖWENTHAL, L.; GUTERMAN, N. *Prophets of deceit: a study of the techniques of the American agitator*. New York: Harper & Bros, 1949.
- MCCHUNG LEE, A.; BRIANT-LEE, E. (Eds.). *The fine art of propaganda: a study of father Coughlin's speeches*. New York: Harcourt-Brace, 1939.
- MCGUIGAN, J. *Cultural analysis*. London: Sage, 2010.
- MOFFITT, B.; TORMEY, S. Rethinking populism: politics, mediatisation and political style, *Political Studies*, Thousand Oaks, v. 62, n. 2, p. 381-397, 2014. DOI: <https://doi.org/10.1111/1467-9248.12032>
- NEUMANN, F. *Behemoth: the structure and practice of National Socialism, 1933-1944*. 2. ed. Oxford: Oxford University Press, 1944.
- NIGEL Farage's "vile" anti-immigration poster criticised. *The Irish Times*, Dublin, 19 jun. 2016. Available at: <<https://goo.gl/XG6bQD>>. Access on: 26 jul. 2018.

Artigo recebido em 12 de junho de 2018 e aprovado em 20 de julho de 2018.