

Política Militância e visibilidade da direita radical

Um quarto dos militantes do Chega era de outros partidos, a maioria do PSD e CDS

Estudo traça retrato das bases do Chega e mostra que muitos militantes já traziam convicções à espera de representação

Liliana Borges

Apesar do declínio prolongado da militância partidária nas democracias europeias, os partidos da direita radical populista continuam a crescer – não apenas nas urnas, mas também nas suas bases organizativas. Um novo estudo sobre o Chega ajuda a explicar porquê e desafia várias ideias feitas sobre quem são, afinal, os seus militantes, concluindo que um em cada quatro pertencia a outro partido. A esmagadora maioria (82%) estava no PSD e no CDS-PP.

Até agora, a literatura académica tem-se concentrado sobretudo nos eleitores e nas lideranças, deixando em segundo plano quem assegura o funcionamento quotidiano dos partidos: os militantes. Por isso, o estudo a que o PÚBLICO teve acesso olhou para mais de 3100 militantes do Chega, entre Maio e Junho de 2021, e concluiu que há dois grupos centrais: os “membros de primeira filiação”, sem passado partidário, e os chamados “switchers”, militantes que transitaram de outros partidos, que correspondem a cerca de 25% do total.

As conclusões são do investigador Hugo Ferrinho Lopes, que começa por explicar que, num contexto em que os partidos se tornaram cada vez mais profissionais e orientados para a competição eleitoral, esta vitalidade militante e em crescimento não é irrelevante. “Os partidos de massas do pós-II Guerra Mundial eram partidos de mobilização. Dependiam das quotas e da acção dos militantes como embaixadores na sociedade”, recorda o também investigador do ICS da Universidade de Lisboa. “Hoje essa era dourada já não existe. Os únicos partidos que ainda mobilizam bases de forma semelhante são, em grande

parte, os partidos populistas de direita radical.”

Apesar de serem fortemente centrados na figura do líder, estes partidos preservam uma lógica de mobilização de base que contrasta com a tendência dominante. O que levanta uma questão central: até que ponto a entrada de ex-militantes de outros partidos cria divisões internas?

A resposta do estudo é clara. “O resultado mais importante é que *switchers* e membros de primeira filiação são muito mais semelhantes do que diferentes”, afirma Hugo Ferrinho Lopes, notando que esta conclusão contraria o que foi observado noutros países. Isto é, em Portugal quase não se identificam clivagens ideológicas relevantes entre os dois grupos.

Segundo o investigador, que é também docente no Iscte-IUL e na Escola de Economia, Gestão e Ciência Política da Universidade do Minho, este padrão sugere que muitos dos militantes que mudaram de partido já partilhavam traços ideológicos típicos da direita radical populista antes da transição. “Simplesmente, estavam noutro partido. Quando surge um partido com esta ideologia que é viável eleitoralmente, aproveitam a oportunidade para mudar para um partido que reflecte melhor aquilo que pensam.”

Os dados mostram que 82% dos *switchers* provêm de partidos de direita – sobretudo do PSD e do CDS – e apenas 18% de partidos de esquerda, maioritariamente do PS, com uma presença residual da CDU. Esta origem é decisiva para interpretar as dinâmicas internas do partido.

Apesar de existir uma convergência ideológica, o passado partidário continua a pesar no plano emocional. “A principal clivagem é a polarização



afectiva”, refere o investigador – isto é, o grau de hostilidade ou simpatia em relação a outros partidos. Um dado que pode revelar-se politicamente relevante num contexto em que a direita radical equaciona ligações para chegar ao poder.

O estudo conclui ainda que, embora a base militante do Chega revele baixos níveis de confiança institucional, os *switchers* – sobretudo os oriundos da direita – confiam ligeira-

mente mais. “Não é um paradoxo”, sublinha Hugo Ferrinho Lopes. “Estas pessoas já participaram nas instituições e conhecem-nas por dentro. Continuam cépticas, mas não são extremistas”, assinala, num resultado que desafia estereótipos sobre a relação dos militantes do Chega com a democracia e as instituições.

Os *switchers* revelam também maior mobilização política e maior eficácia política percebida: “São mais

coesos do que poderíamos imaginar.”

Impacto na radicalização

Quanto ao debate em torno do impacto do Chega na radicalização dos seus apoiantes e da sociedade em geral, o estudo apresenta igualmente conclusões relevantes. “Não quer dizer que não possa haver um processo gradual de radicalização”, admite o investigador. “Mas não é automático.” O que parece ocorrer primeiro é a activação de preferências latentes, já existentes, que passam a ter expressão partidária – uma leitura que ecoa conclusões anteriormente avançadas pelos politólogos e investigadores Vicente Valentim e João Carvalho, refere o autor do estudo.

Ferrinho Lopes recorre a um exemplo concreto para ilustrar este mecanismo. Os dados do Eurobarómetro mostram que a imigração nunca foi, tradicionalmente, uma preocupação central em Portugal. No entanto, nos últimos anos, essa preocupação aumentou em paralelo com o crescimento e a mediatização do Chega. “O partido não cria essas preocupações do nada. Torna-as politicamente





Apesar de fortemente centrados na figura do líder, partidos da direita radical preservam uma forte mobilização das bases

82%

Um quarto dos militantes do Chega vem de outros partidos. De entre estes, a esmagadora maioria (82%) saiu do PSD e CDS. Ventura é exemplo disso

salientes”, explica.

E que lições podem os partidos tradicionais retirar deste crescimento da base militante do Chega? As conclusões são pouco animadoras. “É muito difícil estancar a perda de militantes”, reconhece Hugo Ferrinho Lopes. “São partidos mais heterogêneos, enquanto a direita radical apela mais à emoção, ao ‘nós contra eles’.” A isto soma-se um factor estrutural: “É mais fácil para partidos recentes crescerem

do que para partidos antigos não perderem.”

Saída sem regresso

Há ainda um dado particularmente relevante: quem se torna militante raramente regressa ao partido de origem. “Votar é uma coisa; tornar-se militante é um compromisso formal. Envolver-se, pagar quotas, participar activamente. Quem muda como militante dificilmente volta à ‘casa-mãe’.” Uma informação relevante para partidos que perdem estes quadros e que, por vezes, ajustam a sua posição ideológica na tentativa de travar a saída de apoiantes.

O investigador acrescenta ainda que os casos em que militantes do Chega abandonam o partido “têm mais a ver com *power struggle* [luta pelo poder]”, como tem sido ilustrado “com evidência anedótica” pela saída de vários vereadores desde as últimas eleições autárquicas.

Em suma, o estudo contribui para posicionar o Chega enquanto organização partidária e reforça a ideia de que a sua ascensão não radicalizou automaticamente o espaço público. “Limitou-se a dar-lhes uma casa.”

Chega e Vox

Estudo afasta efeito directo dos *media* no crescimento da direita radical

Adriana Castro

A visibilidade mediática de partidos de direita radical em Portugal e Espanha – Chega e Vox, respectivamente – não resulta de uma mudança súbita na cobertura jornalística após terem entrado nos respectivos parlamentos, mas sim de um ambiente noticioso que já valorizava temas mais confrontacionais, como imigração, crime e corrupção. A conclusão é de um estudo que analisou artigos de imprensa publicados ao longo de dez anos e que indica que estes assuntos já mereciam destaque antes do sucesso eleitoral destes dois partidos.

O estudo recolheu notícias publicadas nos primeiros 15 dias de cada mês entre 2015 e 2024 dos jornais espanhóis *ABC*, *El Mundo* e *El País*, e dos diários portugueses *Correio da Manhã*, *Jornal de Notícias* e *PÚBLICO*. A escolha de artigos de imprensa escrita justifica-se com o facto de “tecnicamente, o conteúdo dos jornais” ser mais “fácil de recolher e analisar em comparação com outros meios de comunicação, como televisão ou rádio”.

Susana Rogeiro Nina, uma das autoras da investigação, assinada em conjunto com Tiago Silva, Hugo Marcos-Marne, Marina Costa Lobo e Filipo Pasqual, destaca que é “abusivo”, com base no trabalho realizado, afirmar que os *media* tenham normalizado estes temas ou promovido directamente o crescimento destes partidos.

A análise dessa amostra revela que “a visibilidade do Chega aumentou de forma significativa após o seu sucesso eleitoral em Outubro de 2019”, sobretudo por via da entrada na Assembleia da República, o que aumentou a sua legitimidade, destaca a autora ao PÚBLICO: “É natural.” “Observam-se casos semelhantes no caso do Vox depois de Dezembro de 2018, quando obteve pela primeira vez representação institucional nas eleições regionais de Andaluzia, e novamente em Abril de 2019, quando entrou no Parlamento nacional”, acrescenta o estudo.

“Não podemos dizer que os *media* tenham contribuído para uma normalização” destes temas, reforça Susana Rogeiro Nina. Essa normalização, a existir, “não resulta de forma nenhuma de uma mudança súbita” dos meios de comunicação portugueses após 2019, mas sim “de um processo estrutural e gradual que já valorizava anteriormente o conflito”. “Como tal, num ambiente em que há um líder mais confronta-

Notoriedade destes partidos, em Portugal e Espanha, aumentou sobretudo quando passaram a ter representação institucional

Estudo conclui que visibilidade mediática da direita radical resulta mais de um ambiente noticioso que já valorizava temas confrontacionais

cional, mais facilmente se adaptam estas lógicas”, defende.

A mesma investigação aponta ainda que, em relação a outros partidos, não foi encontrada “evidência que sustente a expectativa de que a cobertura mediática dos partidos da direita radical seja consistentemente superior, em ambos os países, à de outros novos partidos com perfis ideológicos distintos”. O que diferencia os partidos são, sobretudo, os temas, indica a investigadora, o

Estudo afasta relação de causa e efeito entre cobertura noticiosa e a ascensão da direita radical

que não acontece com o PAN e com o Livre, por exemplo.

Elevada personalização

O caso português destaca-se pela forte personalização em torno de André Ventura, indica o estudo, pela sua “experiência anterior como comentador desportivo” e “capacidade de actuar de acordo com as dinâmicas da lógica mediática contemporânea, em que a personalização, a controvérsia e a ressonância emocional aumentam o valor-notícia”. Em Espanha, onde a imigração já era um assunto altamente politizado antes da emergência do Vox, o padrão de cobertura apresenta semelhanças com o português, embora com menor centralidade da figura do líder do partido, Santiago Abascal.

Ao mesmo tempo, o estudo salienta o peso de formatos mais sensacionalistas e de maior volume de publicação na amplificação de temas como a imigração, o crime ou a corrupção, considerados particularmente apelativos. “Enquanto na lógica pública os jornalistas assumem o papel de vigilantes que escrutinam as acções dos responsáveis políticos – o que pode, por exemplo, aumentar o número de notícias sobre corrupção –, na lógica mediática, orientada por princípios comerciais, os meios de comunicação competem para atrair mais espectadores e leitores”, acrescenta a investigação.

Apesar de uma espécie de compatibilidade entre a lógica mediática e a visibilidade de partidos de direita radical e da sua agenda, Susana Rogeiro Nina insiste que não foi possível estabelecer uma relação de causa e efeito entre a cobertura jornalística e o crescimento destes partidos.

