



Universidade de Aveiro
2022

**NUNO GIL
CAMPOS SOARES**

**ATITUDES POPULISTAS E TRAÇOS DE
PERSONALIDADE**



Universidade de Aveiro
2022

**NUNO GIL
CAMPOS SOARES**

ATITUDES POPULISTAS E TRAÇOS DE PERSONALIDADE

Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Ciência Política, realizada sob a orientação científica da Doutora Patrícia Catarina de Sousa e Silva, Professora Auxiliar do Departamento de Ciências Sociais, Políticas e do Território da Universidade de Aveiro.

Esta dissertação foi realizada no âmbito do projeto “CEE - Changing European Elections: The impact of Eurozone bailouts on EP election campaigns.” Financiado pela Fundação para a Ciência e Tecnologia (referência PTDC/CPOCPO/30296/2017).

POCI-01-0145-FEDER-016887



o júri

presidente

Prof. Doutor Varqá Carlos Jalali
professor associado, Universidade de Aveiro

vogais

Prof. Doutora Patrícia Catarina de Sousa e Silva
professora auxiliar, Universidade de Aveiro (orientadora)

Prof. Doutor José Santana Pereira
professor auxiliar, ISCTE- Instituto Universitário de Lisboa

agradecimentos

Um grande obrigado à Professora Patrícia Silva, pela orientação, disponibilidade, amizade, e paciência para comigo.

Gostaria de agradecer, também, a toda a minha família, pelo apoio, interesse e preocupação.

E, por fim, um especial agradecimento à minha namorada Marta, pela ajuda e pela partilha de todas as preocupações ao longo do processo.

palavras-chave

Portugal; populismo; comportamento eleitoral; eficácia política; identificação partidária

resumo

O fenómeno populista continua a ganhar apoiantes em todo o mundo. Em Portugal, o seu estudo tem-se focado maioritariamente no lado da oferta do populismo. Este facto deveu-se ao país não ter representação populista até 2019, tendo sido considerado uma exceção ao crescimento do movimento na Europa. Atualmente, Portugal carece de análises sobre o apoio ao populismo, ao nível individual. Contribuindo para colmatar esta lacuna, o presente estudo utiliza uma amostra nacional representativa, para analisar a relação entre as atitudes populistas e os traços de personalidade dos cidadãos portugueses. A análise é controlada, ainda, pela eficácia política, identificação partidária, e características sociodemográficas dos inquiridos. Entre os resultados, destaca-se o facto de todos os traços de personalidade surgirem como determinantes das atitudes populistas. Com efeito, os cidadãos portugueses com mais atitudes populistas tendem a ser mais extrovertidos, conscienciosos e neuróticos. Por outro lado, os menos populistas são mais abertos à experiência e mais amáveis. Outras variáveis surgem como importantes preditores de níveis mais elevados de atitudes populistas, como possuir um menor nível de eficácia política, (e em termos de variáveis sociodemográficas) ser do sexo masculino e mais velho. Estes resultados contribuem, não só para aprofundar o conhecimento acerca do populismo ao nível individual, como para enriquecer o debate acerca do caso português, introduzindo uma nova variável explicativa – as características intrínsecas da personalidade dos indivíduos.

keywords

Portugal; populism; electoral behavior; political efficacy; party identification

abstract

The populist phenomenon continues to gain supporters all over the world. In Portugal, its study has mostly focused on the supply side of populism. This was due to the country having no populist representation until 2019, and was considered an exception to the growth of the movement in Europe. Currently, Portugal lacks analyses on support for populism at the individual level. Contributing to fill this gap, the present study uses a nationally representative sample, to analyse the relationship between populist attitudes and personality traits of Portuguese citizens. The analysis is also controlled for political efficacy, party identification, and socio-demographic characteristics of the respondents. Among the results, we highlight the fact that all personality traits emerge as determinants of populist attitudes. This means that Portuguese citizens with more populist attitudes tend to be more extroverted, conscientious and neurotic. On the other hand, the less populist ones are more open to experience and more agreeable. Other variables emerge as important predictors of higher levels of populist attitudes, such as having a lower level of political efficacy, (and in terms of socio-demographic variables) being male and older. These results contribute, not only to deepen the knowledge about populism at the individual level, but also to enrich the debate about the Portuguese case, by introducing a new explanatory variable - the intrinsic personality characteristics of individuals.

Índice

Introdução	1
Capítulo 1: Estado da Arte.....	5
1.1. Introdução	5
1.2. O Populismo	6
1.3. O Populismo (Inclusivo e Exclusivo) no Mundo	9
1.4. O lado da Procura e o lado da Oferta.....	11
Capítulo 2: O Caso Português	15
2.1. Introdução	15
2.2. A Exceção ao Populismo na Europa.....	16
2.3. O Chega	17
2.4. Estudos sobre o Populismo em Portugal.....	19
Capítulo 3: Abordagem Metodológica	23
3.1. Introdução	23
3.2. Definição de Atitudes Populistas	24
3.3. Definição de Traços de Personalidade	24
3.4. Hipóteses.....	27
3.5. Dados Utilizados	33
3.6. Operacionalização e Consistência Interna	33
3.7. Caracterização da Amostra	37
Capítulo 4: Análise e Discussão dos Resultados	41
4.1. Introdução	41
4.2. Estatística Descritiva.....	42
4.3. Atitudes Populistas e Traços de Personalidade	46
4.4. Atitudes Populistas e Eficácia Política.....	48
4.5. Atitudes Populistas e Identificação Partidária.....	49

4.6. Atitudes Populistas e Participação Eleitoral.....	50
4.7. Atitudes Populistas e Características Sociodemográficas	51
4.8. Atitudes populistas e Traços de Personalidade: Modelos de Regressão Linear.....	55
Capítulo 5: Conclusões	63
Referências.....	67

Índice de Tabelas

Tabela 1 - Dimensões, Itens e Consistência Interna da Escala de Atitudes Populistas	34
Tabela 2 - Dimensões, Itens e Consistência Interna da Escala dos Traços de Personalidade	35
Tabela 3 - Itens e Consistência Interna da Escala de Eficácia Política	36
Tabela 4 - Estatísticas de Escala da Escala dos Traços de Personalidade.....	42
Tabela 5 - Média dos Traços de Personalidade por Sexo	42
Tabela 6 - Média dos Traços de Personalidade por Grupo Etário	43
Tabela 7 - Estatísticas de Escala da Escala de Eficácia Política	43
Tabela 8 - Eficácia Política, por Sexo	44
Tabela 9 - Eficácia Política por Grupo Etário	44
Tabela 10 - Média da Eficácia Política por Situação Profissional	45
Tabela 11 - Correlação entre Atitudes Populistas e Eficácia Política	48
Tabela 12 - Correlação entre Atitudes Populistas e Identificação Partidária	49
Tabela 13 - Média das Atitudes Populistas por Identificação Partidária	49
Tabela 14 - Média das Atitudes Populistas por Identificação Partidária	50
Tabela 15 - Média da Atitudes Populistas por Participação Eleitoral.....	51
Tabela 16 – Correlação entre Atitudes Populistas e Ocupação dos Inquiridos.....	51
Tabela 17 - Média das Atitudes Populistas por Situação Profissional.....	52
Tabela 18 - Correlação entre Atitudes Populistas e o Sexo dos Inquiridos	52
Tabela 19 - Média das Atitudes Populistas por Sexo	53
Tabela 20 - Correlação entre Atitudes Populistas e os Grupos Etários.....	53
Tabela 21 - Média das Atitudes Populistas por Grupo Etário	53
Tabela 22 - Correlação entre Atitudes Populistas e Graus de Escolaridade	54
Tabela 23 - Média das Atitudes Populistas por Grau de Escolaridade	54
Tabela 24 – Determinantes das atitudes populistas, coeficientes de regressão.....	57
Tabela 25 - Coeficientes de Regressão Modelo Final	59

Índice de Figuras

Figura 1 - Distribuição dos inquiridos, por Sexo.....	37
Figura 2 - Distribuição dos inquiridos por Grupos Etários.....	37
Figura 3 - Distribuição dos inquiridos, por Situação Profissional	38
Figura 4 - Grau de Escolaridade dos inquiridos	38
Figura 5 - Distribuição dos inquiridos por Região	39
Figura 6 - Participação Eleitoral dos Inquiridos	39
Figura 7 - Proximidade partidária reportada, por partido	45
Figura 8 - Traços de Personalidade e Atitudes Populistas, Coeficientes de Correlação	46
Figura 9 - R Ajustado por Modelo de Regressão	56

Introdução

Os partidos populistas têm crescido desde a década de 1980 (Mudde, 2004), continuando a ganhar apoiantes, dando origem a movimentos que vão crescendo em todo o mundo (Abromeit, 2017). Aliado ao seu crescimento, está a preocupação com a progressiva fragilização das instituições democráticas (Mudde & Kaltwasser, 2017). Recentemente, várias forças populistas têm vindo a ganhar poder em diversos países, tanto na Europa - Reino Unido, França, Áustria, Alemanha, Espanha, Turquia, Polónia, Hungria; como no resto do mundo – incluindo na Bolívia, Equador e Estados Unidos da América (Abromeit, 2017; Brubaker, 2017; Kaltwasser & Hauwaert, 2020).

A literatura sobre populismo tem procurado clarificar e conceptualizar as dimensões analíticas do conceito (Canovan, 1999; Mudde, 2004; Mudde & Kaltwasser, 2017; Weyland, 2001), bem como analisar empiricamente o efeito: dos líderes populistas (Moffit, 2016; Moffit & Tormey, 2013; Prasad, 2020), dos partidos populistas (Mudde & Kaltwasser, 2013; Rooduijn & Akkerman, 2017), e dos media (Hameleers et al., 2017; Moffit, 2016; Salgado, 2019). Assim, a investigação tende a surgir centrada, ou em questões conceptuais, ou no lado da oferta do populismo (nos partidos, media, ou líderes políticos que propagam o fenómeno). Isto cria uma lacuna no lado da procura do populismo, ou seja, no campo de estudos que trata os indivíduos que apoiam este tipo de movimentos. Alguns estudos que incidem neste lado da procura exploram a identificação partidária dos cidadãos com atitudes populistas (Fatke, 2019), as suas intenções de voto (Akkerman et al., 2014; Hameleers & Vreese, 2020), o seu grau de eficácia política (Geurkink et al., 2020; Spruyt et al., 2016) ou até as suas características sociais e económicas (Arzheimer, 2009; Elchardus & Spruyt, 2016). No entanto, este lado da literatura sobre o populismo continua a ser o menos desenvolvido, e a carecer de estudos sobre as atitudes populistas dos cidadãos (Santana-Pereira & Cancela, 2020).

Uma importante dimensão que tem sido negligenciada na investigação existente reporta-se ao efeito dos traços de personalidade nas atitudes populistas. Os traços de personalidade baseiam-se em características desenvolvidas desde muito cedo na vida do ser humano, mantendo-se maioritariamente inalteradas ao longo do tempo (Mondak & Halperin, 2008). Por esta razão, podem-se provar menos voláteis do que alguns indicadores muito utilizados, como é o caso das intenções de voto. Para além disso, já foram utilizados em estudos semelhantes – em países como a Alemanha, Estados

Unidos da América, Holanda, Reino Unido, França e Suíça (Akkerman et al., 2016; Bakker et al., 2016; Fatke, 2019; Landwehr & Steiner, 2017; Vasilopoulos & Jost, 2020) - com resultados que apontam para um claro potencial explicativo das atitudes populistas (Fatke, 2019; Pruyssers, 2021).

Esta dissertação pretende analisar o efeito dos diferentes traços de personalidade nas atitudes populistas dos cidadãos, considerando particularmente o contexto português, com o objetivo de expandir o conhecimento literário acerca das atitudes populistas. Este trabalho permitirá, assim, aprofundar a explicação do crescimento do populismo, explorando as suas potenciais raízes psicológicas, intrínsecas à personalidade individual dos apoiantes do fenómeno.

Portugal trata-se de um caso excecional no que toca ao crescimento do populismo, dado que manteve os populistas fora do seu parlamento durante mais tempo do que a maioria dos países europeus (De Giorgi & Santana-Pereira, 2020). Apesar da onda populista atual ter chegado à Europa há muitos anos, demorou a chegar a Portugal (De Giorgi & Cancela, 2021; Lisi & Borghetto, 2018) por várias razões. Em primeiro lugar, Portugal lutou para se desprender do regime de extrema direita (o Estado Novo) com que viveu durante décadas no século XX – o que ainda torna muito difícil a aceitação de ideias políticas de direita (Salgado, 2019). Em segundo lugar, pode-se argumentar que os media portugueses conseguiram filtrar as mensagens populistas (Caeiro, 2020; Salgado, 2019), reduzindo a sua disseminação. Em terceiro lugar, a ausência de alterações parlamentares no período pós- crise e pós-intervenção externa permitiu aos partidos tradicionais manterem o poder e a estabilidade política, sem terem de lidar com novos partidos que os desafiassem (De Giorgi & Cancela, 2021; Jalali et al., 2020; Salgado, 2019). Por último, Portugal possui dois partidos (Bloco de Esquerda e Partido Comunista Português) que, embora não façam parte da família populista, têm algumas características da mesma – o que permitiu a muitos eleitores com atitudes populistas direcionarem o seu voto para partidos ideológicos (De Giorgi & Cancela, 2021; Salgado, 2019).

No entanto, no ano de 2019, passou também a ter representação parlamentar de um partido populista de extrema-direita, o Chega (Santana-Pereira & Cancela, 2020; Mendes, 2021). Este acontecimento fragilizou o destaque de Portugal como um dos países europeus mais resilientes ao fenómeno, e trouxe o populismo para o espaço da discussão pública – onde continua a predominar, visto que o Chega voltou a ganhar

força nas eleições antecipadas de 2022, aumentando a sua representação de um, para doze deputados na Assembleia da República¹.

Este estudo utiliza o modelo de análise dos traços de personalidade que agrupa as características dos cidadãos em cinco dimensões base - *Big Five Personality Traits* (McCrae & Jonh, 1992) –, e analisa as atitudes populistas individuais de uma amostra representativa da população portuguesa, procurando a identificação de padrões atitudinais e demográficos. Assim, propõe-se uma análise do efeito destes traços, controlando pelo efeito das variáveis frequentemente associadas a atitudes populistas, como a eficácia política, a identificação partidária, e as características sociodemográficas dos inquiridos.

A presente tese está organizada em cinco capítulos. O primeiro capítulo começa por conceptualizar o populismo nas suas várias perspetivas. De seguida, o segundo capítulo explora e justifica o caso português como sendo um caso de estudo importante para a área literária em questão. Numa terceira fase, o capítulo da abordagem metodológica começa por definir os conceitos de atitudes populistas e traços de personalidade. De seguida, passa à exposição das hipóteses de estudo, que se dividem em quatro partes: traços de personalidade, eficácia política, identificação partidária e características sociodemográficas. Este capítulo inclui, ainda, a operacionalização e consistência interna das variáveis, e termina com a caracterização da amostra. Segue-se o quarto capítulo, onde se encontra a apresentação dos resultados obtidos nos vários testes estatísticos, assim como a sua discussão. Esta componente encontra-se dividida em quatro partes: um primeiro momento em que se expõe a estatística descritiva; uma segunda parte em que se analisam as relações entre as atitudes populistas e cada um dos traços de personalidade; uma terceira fase em que se exploram as relações entre a variável de estudo e as várias variáveis de controlo (a eficácia política, a identificação partidária e as características sociodemográficas); e por fim uma análise global, através de um modelo de regressão criado para clarificar o potencial explicativo de cada uma das variáveis independentes, quando consideradas em simultâneo. Por fim, no quinto e último capítulo, expõe-se as conclusões do estudo, bem como os pontos a considerar em estudos futuros.

¹ Legislativas 2022 (disponível em <https://www.legislativas2022.mai.gov.pt/resultados/globais>), consultado 9 fevereiro 2022.

Capítulo 1: Estado da Arte

1.1. Introdução

Com o objetivo de aprofundar os conhecimentos teóricos sobre este tema, procedeu-se a uma revisão sistemática dos conteúdos bibliográficos já publicados nesta área. Este capítulo inicia-se pela explicação da definição mais utilizada quando se estuda o populismo, de Cas Mudde (2004). De seguida, explora as várias abordagens à definição do conceito de populismo, de forma a construir um quadro conceptual mais completo. Esta revisão é de extrema importância, permitindo perceber a abrangência deste conceito, bem como as diferentes perspetivas segundo as quais pode ser analisado.

Após esta apresentação, e tendo em conta que o populismo se pode manifestar de diferentes formas, expõem-se os dois conceitos base em que se divide: o populismo inclusivo e exclusivo. O populismo varia na sua forma de manifestação e crescimento consoante o ambiente em questão – o que significa que cada país, por exemplo, apresenta um tipo de populismo moldado à sua realidade social, económica e política. Posto isto, é importante diferenciar o populismo inclusivo (que procura incluir as fações mais desfavorecidas da sociedade), do exclusivo (que tem como objetivo criar uma sociedade sem *outsiders*).

O capítulo termina com a divisão entre o lado da oferta e o lado da procura. Na literatura sobre o populismo, os estudos aparecem frequentemente divididos nestes dois campos distintos, dependendo da perspetiva sobre a qual se realiza um determinado estudo. Assim, o lado da oferta trabalha as questões que dizem respeito aos líderes populistas, partidos populistas e à distribuição do populismo por parte dos media; para explicar as fontes deste fenómeno. Os restantes estudos, que constituem o lado da procura, analisam as atitudes individuais dos cidadãos que apoiam e procuram o populismo, com o objetivo de os identificar e classificar.

Após se enquadrar o populismo, a nível teórico e na atualidade política, passar-se-á ao capítulo relativo ao caso de estudo escolhido. Portugal foi considerado durante muitos anos um país resistente à tendência de crescimento do populismo - visível em toda a Europa desde o final do século XX - por só ter ganho representação de um partido populista em 2019.

1.2. O Populismo

Na sua obra intitulada “The populist zeitgeist”, Cas Mudde (2004) define o populismo como uma:

“Ideologia que considera que a sociedade é, em última instância, separada em dois grupos homogêneos e antagônicos, “o povo puro” contra “a elite corrupta”, e que defende que a política deve ser uma expressão da *volonté générale* (vontade geral) do povo.”

(Mudde, 2004, p.543)

Embora não seja consensual, esta definição é a mais utilizada no estudo do populismo. Isto deve-se ao facto de ser uma definição clara e minimalista, permitindo explicar o fenómeno sem negligenciar a sua abrangência. Por essa razão, esta será a definição utilizada ao longo da presente tese.

Mudde (2004) explica, também, que o populismo tem dois conceitos que lhe são opostos. O primeiro é o elitismo, ou seja, a ideia de que a sociedade está dividida em dois, e de que é a elite (e não o povo) que deve governar em função dos seus interesses. O populismo, não só advoga que o povo deve governar, como também apresenta uma visão da sociedade que alimenta a ideia de que a elite não é composta por pessoas com valores e interesses diferentes dos do povo, mas sim por pessoas maldosas na sua essência. É precisamente por esta razão que, para os populistas, não é possível chegar a um acordo entre partes, visto que se corromperia a pureza (Mudde, 2004). O segundo conceito que se opõe ao populismo é o pluralismo. Na perspetiva pluralista, a sociedade é um conjunto heterogêneo de indivíduos, com opiniões e desejos diversos – o que choca com a construção binomial da sociedade em que assenta o populismo (Mudde, 2004).

Cas Mudde (2004) defende que o populismo não tem a consistência ideológica própria de ideologias como o socialismo ou o comunismo. Define-a, portanto, como uma ideologia de baixa densidade (*thin-centered ideology*). Esta clarificação permite perceber porque é que o populismo está presente em todo o espectro político (esquerda, direita e centro). A sua plasticidade faz com que possa aparecer associado a qualquer discurso ou partido, e esta característica é potenciada pela falta de clareza do termo “povo”, que pode ser definido da forma mais conveniente para o comunicador populista (Elchardus & Spruyt, 2016; Mudde, 2004).

Esta definição de populismo também permite, segundo Mudde (2004), rejeitar algumas ideias frequentemente associadas à definição do conceito. Uma delas é a de que o populismo se trata de um tipo de discurso altamente simplista e emocional. O autor desconstrói esta ideia, notando, não só que é impossível determinar corretamente quando é que um discurso é emocional, como também que a política, nomeadamente na sua vertente de campanha, utiliza muitas vezes simplificações para transmitir mensagens de forma mais clara. Por outro lado, também afasta a ideia de que o populismo se extingue no oportunismo dos políticos, quando levam a cabo ações que visam agradar rapidamente o eleitorado. Isto porque considera que, embora estas possam constituir ações populistas, não é possível determinar as intenções com que são feitas. Outra das noções rejeitadas, é a de que o populismo depende de líderes carismáticos. Em resposta, Mudde (2004) refere que estes têm vindo a ser associados aos partidos mais populistas, mas que este critério (carisma do líder) também não entra na definição de populismo, dado que a preferência por líderes fortes e com um estilo de comunicação mais direta, se tem vindo a provar uma tendência. O autor destaca, por fim, que o populismo é um fenómeno que é visto na literatura como uma espécie de doença democrática, cujas causas passam pela corrupção e morte de ideais democráticos – através de um mau funcionamento das suas instituições, como a falta de participação ou a incapacidade de responsabilizar determinados atores políticos.

Se tivermos em conta outras perspetivas sobre a definição de populismo, percebemos que se trata de um conceito extremamente abrangente. Moffit (2016) aponta quatro possíveis abordagens ao tema. A primeira é ver o populismo como uma ideologia - à semelhança de Cas Mudde (2004), como mencionado acima. A segunda abordagem passa por tratar o populismo como um tipo de estratégia política – ou seja, uma ferramenta política para tentar recolher apoio ou satisfazer o eleitorado rapidamente. Em terceiro lugar, o autor explica que se pode abordar o populismo como um tipo de discurso – por exemplo, qualquer discurso que defenda a construção lógica de que há um povo “puro”, cuja vontade deve prevalecer, e uma elite “corrupta”. Por último, Moffit (2016) refere que o populismo pode ser visto como uma lógica política. Esta última abordagem vê o populismo como algo que está enraizado, e que faz parte da natureza da política, tendo em conta que os políticos tentam sempre agradar o povo, independentemente das convicções e interesses em questão. Partindo do princípio que uma ação de um político cuja intensão é agradar o povo pode ser sempre interpretada

como populista, pode-se concluir que toda a política é populista (populismo como lógica política).

Dada a vasta quantidade de possíveis abordagens e a falta de consenso na sua definição (Moffitt & Tormey, 2013), importa destacar os pontos em comum. Os populistas apelam sempre à instauração de uma democracia “verdadeira”, defendendo opiniões e estratégias que assentam numa lógica dicotómica de “preto ou branco” (Hieda et al., 2021, p.319). Em jeito de exemplo, temos a defesa dos mecanismos de democracia direta, como é o caso dos referendos. Isto acontece porque os populistas defenderem que as práticas políticas burocráticas deveriam ser abolidas, sob pena de beneficiarem os profissionais especializados (a “elite corrupta”), e funcionarem em detrimento de quem não tem formação suficiente para analisar o assunto em detalhe e para garantir que não é enganado. Tudo isto se articula nas promessas, de tom quase revolucionário, com que tentam conquistar o apoio dos cidadãos (Canovan, 1999). Utilizando a bandeira discursiva de representação de um povo silencioso/adormecido/puro/virtuoso/homogéneo (Akkerman et al., 2014), os populistas lideram uma espécie de golpe, dirigido aos partidos institucionalizados, às estruturas de poder, aos académicos e aos media (Canovan, 1999). O objetivo é passar a ideia de que os problemas do povo são fáceis de resolver, mas persistem devido à falta de ação dos representantes.

Na visão populista, os representantes políticos apenas defendem os seus interesses pessoais, e negligenciam a vontade popular - desculpabilizando-se, posteriormente, com mentiras embrulhadas em termos técnicos ambíguos (Canovan, 1999). É desta presunção que surge a vontade de eleger um líder carismático, capaz de comunicar de forma clara o descontentamento popular, e de colocar em cheque todos os que ignoram as dificuldades diárias das classes mais desfavorecidas, ou injustiçadas (Canovan, 1999). Ao contrário do que possa parecer, estes atores políticos não criam movimentos de raiz, por preferirem aproveitar noções (e/ou polémicas) pré-concebidas pelos cidadãos, que servem de base para a sua atuação – o que dá aso a uma rápida propagação das suas posições (Elchardus & Spruyt, 2016). Como o sucesso populista depende mais dos líderes (e da sua capacidade de espalhar as suas ideias), do que propriamente de uma ideologia específica, torna-se uma prática política transversal a todo o espectro político, facilitando o rápido crescimento destes movimentos (Moffitt, 2016). Estes líderes adotam técnicas discursivas agressivas para mobilizar o seu

eleitorado, em nome de um “povo unido” que quer uma mudança vistosa, num país que dizem necessitar de reformas urgentes (Canovan, 1999). Muitas vezes, é este tipo de retórica antissistema – que segue a lógica de dizer as coisas como elas realmente são (Moffit, 2016) - que mobiliza pessoas outrora apolíticas, envolvendo-as no clima de movimento regenerador, característico do populismo (Canovan, 1999). Esta forma de colocar uma necessidade vital no centro das suas ações, faz com que os líderes populistas sejam vistos como empreendedores políticos e culturais, sem os quais nunca haveria hipótese de lutar pelos direitos e vontades desta parte negligenciada da população (Elchardus & Spruyt, 2016). Para além disso, propagam um certo orgulho populista no tipo de método/discurso que os líderes populistas utilizam, por boicotarem todo o tipo de mistificação política (Canovan, 1999). Os líderes políticos tendem a propagar uma visão de um mundo injusto e imoral, no qual as pessoas que menos merecem, são as que têm mais posses e poder (Hieda et al., 2021). Para se mostrarem contra esta injustiça, é frequente mencionarem que os métodos utilizados pela elite são duvidosos – sendo que os alvos destas acusações passam não só pelo governo, mas também pelas coligações políticas, pela política europeia (pela sua forte e pesada estrutura), e por qualquer tipo de fonte de informação profissional/especializada (Canovan, 1999).

1.3. O Populismo (Inclusivo e Exclusivo) no Mundo

Voltando à definição de populismo de Cas Mudde (2004), percebe-se que a visão de uma sociedade em que um povo puro batalha contra uma elite corrupta, é abstrata o suficiente para poder ser aproveitada por qualquer tipo de partido. As abordagens dos partidos variam de contexto para contexto, e originam movimentos populistas distintos por todo o mundo. Mudde & Kaltwasser (2013) explicam que, para se perceberem as diferenças que surgem entre contextos, é útil dividir o populismo consoante os seus dois tipos de manifestação – embora seja importante notar que o normal é um país possuir os dois tipos de populismo ao mesmo tempo.

Em primeiro lugar temos o populismo inclusivo. Geralmente presente em partidos mais à esquerda, segundo Mudde & Kaltwasser (2013), o populismo inclusivo procura a distribuição de recursos em benefício das minorias e em detrimento das massas. Para isso, os seus defensores tentam dar voz aos mais marginalizados, alargando a noção de “povo” - que, como já vimos na definição de Cas Mudde (2004) -, pode ser moldada a

qualquer tipo de discurso. Defendem, assim, que os interesses e dificuldades dos grupos minoritários devem ser incluídos nas preocupações políticas da sociedade, mesmo que isso implique algum tipo de esforço acrescido à maioria da população, dado que também fazem parte do “povo”. Os autores referem que este tipo de populismo é mais comum em zonas como a América Latina, em que as iniciativas populistas são protagonizadas por partidos de esquerda, que lutam por alterações nas estruturas de poder, para conseguirem uma sociedade mais inclusiva. Contudo, o populismo inclusivo também se manifesta, por exemplo, em solo europeu. Lisi et al. (2019) analisam as diferenças entre o crescimento do populismo em Portugal, Grécia e Espanha, concluindo que este tipo de populismo era o que estava mais presente nos países do sul da Europa.

O segundo tipo de populismo é, por contrapartida, exclusivo. Ao contrário da primeira vertente, este tipo de populismo procura criar uma sociedade em que só as massas (que constituem o “povo puro”) têm direitos. Isto assenta na ideia de que é necessário excluir os “outsiders” – geralmente através da discriminação e impedimento de acesso aos meios de comunicação (Lisi et al., 2019; Mudde & Kaltwasser, 2013). Este é o tipo de populismo mais comum na Europa, onde é a extrema direita quem tem vindo a ganhar mais poder através de práticas populistas.

Segundo Mudde & Kaltwasser (2013), as diferenças entre os países com mais populismo inclusivo e exclusivo, explicam-se através da comparação entre os temas políticos centrais das duas regiões. Os países da América Latina têm dinâmicas políticas muito centradas na esfera socioeconómica. Isto acontece por existir uma clara necessidade de incluir os pobres nos temas discutidos, dando origem a partidos que têm a missão de incluir os interesses dos menos beneficiados, no debate político. O mesmo não se pode dizer em relação aos países europeus. A maioria destes países já começaram a transitar para um debate político de dimensões culturais – o que dá origem a um populismo mais centrado na ideia de “banir os aliens” (Mudde & Kaltwasser, 2013, p.167). Daqui nasce a ideia de que o populismo exclusivo, que tem vindo a crescer na Europa, se deve, em parte, à natureza pós-materialista da política europeia – destacando-se em relação ao populismo inclusivo.

Tal como Elchardus e Spruyt (2016) referem no seu estudo da relação entre o apoio a princípios populistas e as posições sociais dos indivíduos na Bélgica, a designação do “povo puro” (ou qualquer uma das variantes utilizadas), pode não se prender

necessariamente com uma determinada clivagem social, como acontece na Europa. Trata-se de uma forma de referir um grupo de cidadãos que, embora possa não ter os mesmos valores culturais, sociais e/ou económicos; tem a mesma perspetiva de mudança para o futuro da sociedade – e considera que essas mudanças são o único caminho verdadeiramente democrático. É da criação deste grupo com uma visão radical e homogénea, que surge a criação de um foço profundo entre as pessoas que defendem este caminho, e as que a ele se opõem (Elchardus & Spruyt, 2016).

1.4. O lado da Procura e o lado da Oferta

Para além da abordagem ideológica – estudos que procuram definir o conceito de populismo, como discutido acima -, a literatura sobre o populismo aparece frequentemente dividida entre o lado da oferta e o lado da procura. Os estudos do lado da oferta do populismo pretendem analisar os atores políticos que o propagam e é o lado da literatura que constitui a maior fatia dos estudos sobre o populismo (Santana-Pereira & Cancela, 2020). Estes procuram explicar a forma como os partidos e os políticos, no papel de empreendedores, utilizam diferentes formas de apelar aos valores e sentimentos de uma determinada parte da população (Elchardus & Spruyt, 2016).

Já vários estudos analisaram este lado da oferta, sendo que explora três grandes temas: retórica populista, partidos e media. Dentro dos estudos sobre os media, Bos et al. (2011), por exemplo, procuraram descobrir até que ponto é que os líderes populistas dependem dos media para obter sucesso. Para isso, o estudo acompanhou a cobertura dos media de dois candidatos populistas de direita durante a sua campanha para as eleições nacionais na Holanda. Os autores concluíram que os líderes populistas dependiam dos media na mesma medida que os restantes. Utilizando outra vertente dos estudos sobre os media, Salgado (2019) estudou a frequência e influência dos temas populistas nos media em Portugal. Apesar de ter observado que estes temas não eram recorrentes na política e nos media, concluiu que, mesmo assim, cresceram com a visibilidade das redes sociais. Demonstrou, assim, que a influência dos media pode ser crucial para o crescimento do populismo nos países.

Outro tema muito analisado do lado da oferta é a retórica populista – forma como os líderes e partidos populistas moldam o seu discurso estrategicamente. Este tipo de retórica caracteriza-se pelo uso de uma linguagem direta, articulando temas controversos com o objetivo de promover a visão populista (Canovan, 1999; Wodak,

2015). Bos et al. (2012), por exemplo, analisaram o tipo de estratégia – com foco na retórica – utilizada pelos partidos populistas de direita na Holanda. Comparando os estilos e estratégias comunicativas de um líder não populista com as de um líder populista, concluíram que o estilo populista tem um efeito positivo na legitimidade dos líderes populistas. No entanto, isto só se verificava nos grupos de eleitores com um menor grau de escolaridade e de eficácia política, e mais politicamente cínicos. Assim, não só contribuíram para suportar a premissa de que o sucesso dos partidos populistas depende do tipo de retórica utilizada; como para a teoria de que a escolha do público alvo dos líderes e dos seus partidos populistas, tem influência no seu sucesso.

Por fim, pode-se analisar o lado da oferta do populismo através dos partidos, ou seja, do tipo de estratégias que utilizam para terem sucesso. Para perceberem o tipo de estratégias utilizadas, estes estudos começam por definir o que é um partido populista. Com base na definição de populismo de alguns autores, como Mudde (2004) e Taggart (2000), Kessel (2013), por exemplo, classifica um partido como populista se: delinear claramente uma comunidade exclusiva de “pessoas comuns” (p.177); apelar à soberania popular e a que os interesses dos cidadãos sejam centrais na tomada de decisões políticas; e for contra o sistema – por não atuar em função dos interesses do povo.

Kessel (2013) avaliou a performance e sucesso dos partidos populistas em três países europeus: Holanda, Polónia e Reino Unido. A Holanda e a Polónia tratam-se de casos particularmente convidativos ao estudo dos partidos populistas, sendo que conseguiram chegar a formar governos em ambos os países. Já o Reino Unido foi selecionado por funcionar como um caso negativo, dado que o seu ambiente é particularmente hostil ao surgimento e estabelecimento de novos partidos populistas. O autor conclui que a performance dos partidos populistas depende da perceção da capacidade de resposta e integridade dos partidos estabelecidos. Ou seja, apesar dos partidos populistas proliferarem em períodos de insatisfação política, precisam que haja uma insatisfação generalizada com a elite política estabelecida. Esta conclusão vai de encontro com a teoria de Meléndez e Kaltwasser (2019), de que é necessário que os cidadãos tenham uma identidade política anti sistémica (*antiestablishment political identity* - repulsa de todos os partidos estabelecidos num determinado país) para que o populismo triunfe.

No entanto, Kessel (2013) também refere que os partidos populistas se têm de mostrar como alternativas viáveis para os eleitores, independentemente do cenário político em que atuam. Isto passa, não só pela dissipação de uma imagem de uma sociedade

claramente injusta, como pela escolha estratégica de um público alvo que seja permeável à mensagem populista – à semelhança do que Bos et al. (2012) concluíram no estudo do caso holandês, mencionado acima.

O outro lado dos estudos sobre o populismo, o lado da procura, analisa as crenças populistas das massas, tentando perceber quem são as pessoas que procuram representantes populistas, porque é que o fazem, e como é que podem ser caracterizadas (Kaltwasser & Hauwaert, 2020). Ou seja, procuram identificar e classificar o tipo de indivíduos que têm atitudes populistas – ações que têm por base os princípios do populismo: antielitismo, antipluralismo e soberania popular (Castanho Silva et al., 2020).

Spruyt et al. (2016), por exemplo, relacionam as atitudes populistas - através da escala desenvolvida por Akkerman et al. (2014) - com as características sociodemográficas dos cidadãos belgas. A Bélgica, explicam os autores, é um país em que o populismo se começou a manifestar logo na década de 1990. Isto aconteceu pelo facto dos partidos populistas belgas usufruírem: de uma tendência, por parte do eleitorado, de expressar descontentamento através do voto; e do facto de haver um baixo limiar eleitoral (de apenas cinco por cento) que faz com que os partidos pequenos tenham facilidade em entrar no parlamento. Neste estudo, os autores concluíram que o apoio ao populismo engloba sentimentos de vulnerabilidade económica, cultural e política. Para além disso, referem que a eficácia política tem um papel importante na explicação das atitudes populistas, dado que não é a vulnerabilidade real que determina as atitudes, mas sim a perceção de vulnerabilidade individual dos eleitores – ou seja, a forma como avaliam a sua própria fragilidade.

No mesmo ano, Elchardus e Spruyt (2016) elaboraram um estudo que aprofunda o conhecimento das atitudes populistas da população belga. Ainda sobre o lado da procura, utilizam uma nova abordagem, analisando a relação entre as atitudes populistas e o nível de felicidade dos cidadãos. Os autores explicam que o populismo aparece como uma espécie de “política de esperança” (p.126), por apresentar uma solução clara para os problemas que não estão a ser resolvidos pelo governo. As atitudes populistas aparecem, portanto, associadas a um sentimento e visão declinante da sociedade – crença de que a sociedade está num caminho negativo, que a levará a uma pior situação no futuro. Por fim, concluem que os cidadãos com mais atitudes populistas eram os que se encontravam numa posição económica mais desfavorecida, e que estavam mais

insatisfeitos com a sua situação de vida (que obtiveram resultados mais baixos no inquérito de felicidade que preencheram, ou seja, que eram mais infelizes).

Partindo de outra perspetiva, Kaltwasser e Hauwaert (2020) analisaram o perfil sociodemográfico, político e democrático de cidadãos de dez países da Europa e cinco da América Latina. O seu estudo permitiu perceber que as atitudes populistas se manifestam de diferentes formas em diferentes contextos. Os autores concluíram que os cidadãos europeus tendem a ter mais atitudes populistas quando são mais velhos, do sexo masculino, e desempregados. Já os da América Latina tendem a ser, por exemplo, reformados. A única característica em comum nos cidadãos com mais atitudes populistas foi o facto de residirem em zonas mais remotas, ou seja, menos cosmopolitas. Para além disso, os autores concluíram que, na Europa, os indivíduos mais populistas tendem a ser interessados em política, e a não gostarem dos partidos políticos – o que não acontece na América Latina. Por último, Kaltwasser & Hauwaert (2020) chamam à atenção para o facto de o perfil democrático dos indivíduos com mais atitudes populistas ser transversal e homogéneo, esclarecendo que se tratam sempre de cidadãos que defendem a democracia, mas que não estão satisfeitos com o seu funcionamento atual.

O lado da procura dos estudos sobre o populismo engloba, ainda, várias outras análises que tentam explicar as atitudes populistas dos cidadãos, estudando os seus sentimentos de raiva e medo (Rico et al., 2017); a sua eficácia política (Rico et al., 2020); as suas intenções de voto (Santana-Pereira & Cancela, 2020); crenças conspiracionistas (Balta et al., 2022; Erisen et al., 2021); preferência dos media consumidos (Hameleers et al., 2017); e personalidade (Fatke, 2019). O contributo da presente dissertação incide, precisamente, neste lado dos estudos sobre o populismo, explorando a relação entre as atitudes populistas dos cidadãos portugueses, e os seus traços de personalidade.

Capítulo 2: O Caso Português

2.1. Introdução

Após a conceptualização do Populismo, apresenta-se o caso de estudo desta dissertação. Portugal trata-se de um país no qual o populismo demorou a manifestar-se, criando a oportunidade de se desenvolverem estudos no sentido de perceber as razões desta resistência, principalmente tendo em conta que vários partidos populistas já ocupavam lugares de destaque em países por toda a Europa. Os portugueses só viram um partido verdadeiramente populista entrar no parlamento em 2019, com a eleição do deputado André Ventura, líder e fundador do Chega.

Este capítulo serve para justificar a relevância de Portugal como caso de estudo, começando por explicar porque é que foi considerado uma exceção no que toca ao tema do crescimento do populismo. Para isso, expõe as razões que explicam a quase impermeabilidade do sistema político português ao fenómeno, bem como as características sociopolíticas que contribuíram para o adiamento da sua manifestação. Passa, depois, para uma análise do fim desta excecionalidade, com a eleição de um partido populista de direita – o Chega. Por fim, apresenta os principais estudos elaborados acerca do populismo em Portugal, expondo a falta de estudos que existe no lado da procura. Ou seja, o facto de ainda existirem muito poucos estudos que identificam os portugueses que têm atitudes populistas, e que os classificam através de padrões sociais, económicos, psicológicos ou atitudinais. Esta dissertação procura ajudar a colmatar esta lacuna nos estudos do lado da procura sobre o populismo em Portugal, analisando a relação entre as atitudes populistas dos cidadãos, e os seus traços de personalidade.

No capítulo seguinte, passar-se-á à abordagem metodológica utilizada. Este começa pela apresentação das variáveis utilizadas: as atitudes populistas (variável dependente), os traços de personalidade (variável independente). Aqui incluem-se, também, a elaboração das hipóteses de estudo e a componente de operacionalização e consistência interna das variáveis. O capítulo termina com a apresentação dos dados utilizados, a caracterização da amostra estudada, e a estatística descritiva das variáveis estudadas.

2.2. A Exceção ao Populismo na Europa

Durante muito tempo, Portugal foi considerado um caso excepcional no que toca ao crescimento do populismo, dado que se manteve sem representação populista durante muito mais tempo do que a maior parte dos países europeus (De Giorgi & Cancela, 2021; De Giorgi & Santana-Pereira, 2020; Lisi & Borghetto, 2018; Salgado, 2019). Esta particularidade é explicada por um conjunto de fatores. Em primeiro lugar, Portugal viveu com um regime ditatorial de direita (o Estado Novo) durante mais de quatro décadas no século XX. Este acontecimento levou a que, mesmo após a queda do regime em 1974, a propagação e aceitação de ideias políticas de direita se dificultasse (Salgado, 2019). Este efeito dura, em certa medida, até aos dias de hoje – permitindo que Portugal criasse alguma resistência política aos princípios populistas de direita que foram ganhando apoio por toda a Europa. Para além disso, o facto dos populistas não terem sido capazes de se mostrar nos principais (tradicionais) meios de comunicação (Caeiro, 2020), limitou o seu alcance e levou a que este tipo de discurso ocorresse sobretudo nas redes sociais (Salgado, 2019).

Em segundo lugar, o parlamento português tem dois partidos da esquerda radical que, embora não pertençam à família do populismo, possuem algumas características populistas – o Bloco de Esquerda (BE) e o Partido Comunista Português (PCP). Tal como Salgado (2019) refere, estes dois partidos desempenharam um papel muito importante na resistência ao populismo, permitindo que alguns eleitores simpatizantes com os princípios populistas, canalizassem o seu voto, não para um novo partido desafiador, mas para o BE e PCP. Esta absorção de votos fez com que muitos eleitores com atitudes populistas votassem em partidos ideológicos, já integrados no sistema político português.

Em terceiro lugar, o período de pesada austeridade após a crise de 2008 foi muito propício a alterações no sistema partidário de vários países europeus, mas isso pareceu não influenciar o caso português, visto que se mantiveram no poder os mesmos partidos, mesmo depois de toda a instabilidade (Lisi & Borghetto, 2018; De Giorgi & Cancela, 2021). Isto fez com que Portugal se destacasse pela sua estabilidade política, apesar de ter sido um dos países resgatados pelo FMI e pela UE (De Giorgi & Cancela, 2021; De Giorgi & Santana-Pereira, 2020; Lisi & Borghetto, 2018; Lisi et al., 2020). Países como a Grécia e a Espanha sofreram grande alterações depois dos seus períodos de intervenção externa, e muitas destas mudanças deveram-se ao aparecimento de partidos

populistas (Lisi et al., 2019). Todavia, “... em Portugal, os partidos estabelecidos foram capazes de impedir o acesso ao Parlamento por parte de novas forças políticas (populistas ou não)” (Lisi et al., 2019, p.1285). O país destacou-se, assim, pela ausência de novos partidos desafiadores/populistas (De Giorgi & Cancela, 2021), e pela capacidade dos partidos de esquerda se unirem de forma eficaz a partir de 2015, por intermédio de um acordo parlamentar que sustentou (contra todas as expectativas) um governo minoritário do Partido Socialista (PS) durante toda a sua legislatura (De Giorgi & Cancela, 2021; De Giorgi & Santana-Pereira, 2020; Jalali et al., 2020).

2.3. O Chega

Em outubro de 2019, o caráter de excecionalidade de Portugal desvaneceu-se. Com apenas 1,3% dos votos nas Eleições Legislativas, o Chega conseguiu eleger o seu primeiro deputado pelo círculo de Lisboa². Este acontecimento fez com que Portugal passasse a ter a representação de um partido verdadeiramente populista no seu parlamento (Santana-Pereira & Cancela, 2020). Mendes (2021) elaborou um estudo onde traça o perfil ideológico do partido, através da análise de documentos partidários, propostas legislativas e publicações oficiais nas redes sociais, e concluiu que o partido se enquadra na família da direita radical populista.

A autora começa por referir que André Ventura, fundador e líder do Chega, construiu uma carreira como advogado, político e comentador desportivo, sendo que esta última função foi a que mais contribuiu para a sua popularidade. A sua primeira aparição política de destaque aconteceu nas Eleições Autárquicas de 2017, quando concorreu no município de Loures pelas listas do Partido Social Democrata (PSD), que faz parte do centro-direita no parlamento português. Na altura, Ventura destacou-se pelo seu discurso agressivo direcionado à comunidade de etnia cigana. Embora tenha gerado controvérsia, o candidato percebeu que o tema era bastante mobilizador, tendo em conta que lhe permitiu obter 21,5% dos votos – o que representou o melhor resultado do PSD no município de Loures em duas décadas.

Após falhar na sua tentativa de convencer o seu partido a politizar assuntos polémicos para arrecadar mais votos, Ventura acaba por deixar o PSD com o objetivo de fundar um novo partido político. Graças ao seu sucesso recente, pôde utilizar as redes sociais

² Legislativas 2022 (disponível em <https://www.legislativas2022.mai.gov.pt/resultados/globais>), consultado 9 fevereiro 2022.

para gerar apoio imediato – e foi a junção deste apoio online com a sua rede de contactos de outros políticos conservadores que tornaram possível a construção de uma coligação com o nome Basta, para concorrer nas Eleições Europeias de maio de 2019 (Marchi, 2020). Nestas eleições, o Basta recolheu cerca de cinquenta mil votos³. Mendes (2021) explica que, desde então, o partido se tem focado maioritariamente nos problemas da imigração, nacionalidade, direito criminal e corrupção - e tem aumentado as suas intenções de voto, contribuindo ativamente para a reconfiguração da direita no parlamento português.

Na principal conclusão do seu estudo, a autora conclui que o partido se enquadra nas três ideias base destacadas por Mudde (2007) para definir partidos populistas de direita radical: nativismo, autoritarismo e populismo – sendo que o nativismo se define como uma combinação de nacionalismo e xenofobia. Segundo Mendes (2021), a componente nativista do Chega encontra-se na sua rejeição do multiculturalismo, desprezo da imigração e luta pela preservação de uma identidade e cultura portuguesas, que considera incompatível com a integração de outras culturas, costumes e religiões. Neste campo, o partido procura excluir, regra geral, os membros de etnia cigana – embora os imigrantes sejam atacados de forma geral, sendo que chegou a apresentar propostas no sentido de retirar a dupla nacionalidade a cidadãos que acusava de ofenderem a história ou os símbolos de Portugal.

Abordando outra das características destacadas por Mudde (2007), Mendes (2021) observa que o Chega é um partido autoritário, dado que defende abertamente uma sociedade fortemente estruturada e com punições severas para infratores. A autora explica que Ventura gerou grandes controvérsias em redor das suas declarações a favor da castração química de agressores sexuais, da pena de prisão perpétua, e do trabalho comunitário obrigatório para prisioneiros, como forma de cobrirem os custos que o Estado tem para os sustentar.

Por fim, destaca a terceira característica - o populismo -, através da análise da retórica do partido, que assenta numa estratégia de divisão da sociedade em duas grandes

³ Europeias 2019 - Resultados Globais. (disponível em <https://www.eleicoes.mai.gov.pt/europeias2019/resultados-globais.html>), consultado 29 outubro 2022.

fações: os “portugueses de bem”⁴ contra o “sistema”⁵. O partido espelha, assim, a ideia de Mudde (2004), de que o populismo se manifesta através de uma construção dicotómica de uma visão social em que o povo puro se opõe à elite corrupta. Assim, completa-se o argumento de que o partido cumpre com os três requisitos de Mudde (2007).

O sucesso das iniciativas populistas que o partido tem construído, embora de forma controversa, levou a um aumento da sua popularidade na Região Autónoma dos Açores, onde atingiu uma dimensão que lhe permitiu tornar-se necessário para viabilizar um governo de direita do PSD, através de um acordo entre os dois partidos em outubro de 2020 (Mendes, 2021). Após este acordo nos Açores, André Ventura conseguiu conquistar o terceiro lugar nas Eleições Presidenciais de janeiro de 2021⁶; e recentemente, viu o seu partido voltar a crescer, aumentando a sua representação parlamentar nas eleições de janeiro de 2022, de um para doze deputados⁷.

2.4. Estudos sobre o Populismo em Portugal

Os estudos sobre populismo centrados no contexto português tendem a focar-se no lado da oferta, como por exemplo, em estratégias partidárias (Lisi & Borghetto, 2018), ou na comunicação social (Salgado & Stavrakakis, 2019; Salgado, 2019). Do lado da procura do populismo, contudo, ainda existe alguma carência de análises sobre Portugal, e sobre os portugueses com atitudes populistas.

Na área dos estudos que analisam os partidos, Lisi e Borghetto (2018) estudaram os potenciais efeitos da retórica populista presente em Portugal entre 1995 e 2015 – através da análise dos programas eleitorais dos partidos. Este estudo procurou perceber, não só a evolução do uso de declarações populistas por parte dos principais partidos portugueses; como também se os discursos populistas teriam mais impacto em períodos

⁴ A conversa dos “portugueses de bem.” in Diário de Notícias, 3 junho 2022 (disponível em <https://www.dn.pt/opiniao/a-conversa-dos-portugueses-de-bem-14909679.html>), consultado em 29 outubro 2022.

⁵ “O Chega não é de extrema-direita, é um partido contra o sistema”. in CNN Portugal, 26 novembro 2022 (disponível em <https://cnnportugal.iol.pt/videos/o-chega-nao-e-de-extrema-direita-e-um-partido-contra-o-sistema/61a15a370cf21a10a411762d>), consultado em 29 outubro 2022.

⁶ Eleições Presidenciais 2021 (disponível em <https://www.eleicoes.mai.gov.pt/presidenciais2021/resultados/globais>), consultado 9 fevereiro 2022.

⁷ Legislativas 2022 (disponível em <https://www.legislativas2022.mai.gov.pt/resultados/globais>), consultado 9 fevereiro 2022.

de menor segurança política, destacando a crise pós-2008. Apesar de terem encontrado indícios de que o Bloco de Esquerda e o Partido Comunista Português seguiram a onda de discurso populista que vigorava na Europa durante os anos de crise, concluíram que este tipo de comunicação estratégica não se tornou dominante nos seus programas eleitorais – o que aponta para um efeito de curto prazo, ligado às circunstâncias particulares deste período. Para além disso, os autores concluíram que os partidos governantes mostraram sempre uma enorme relutância em adotar estratégias de comunicação populista – o que se pode ter devido ao sentido de responsabilidade destes partidos (pela posição institucional que ocupam) e à posição privilegiada que ocupam nos media tradicionais. Lisi e Borguetto (2018) referem que tudo isto contribuiu para que este tipo de retórica populista não se tornasse dominante em Portugal. No entanto, explicam que a dúvida acerca da excecionalidade do caso português em relação ao populismo se mantinha, tendo em conta que se comprovou que os partidos portugueses não eram imunes à utilização de estratégias de comunicação populistas.

Por outro lado, alguns estudos procuram aprofundar o conhecimento relativo ao populismo em Portugal, através de análises aos media. Salgado & Stavrakakis (2019) analisaram o uso dos media por parte de atores políticos populistas, bem como a cobertura mediática de discursos populistas em quatro países distintos: Portugal, Itália, Espanha e Grécia. Segundo os autores, o discurso antagónico entre atores políticos que competem entre si, é inevitavelmente coberto pelos media. Tendo em conta que os media são um agente crucial no que diz respeito à transmissão de informação e à construção destes cenários de debate, tornam-se essenciais para a disseminação dos discursos populistas.

Especificamente acerca de Portugal, Salgado (2019) analisa a presença de dois temas tradicionalmente populistas – imigração e corrupção – nos media tradicionais e redes sociais dos partidos portugueses. A autora refere que estes assuntos são particularmente relevantes por terem um carácter emocional e polarizador, gerando um elevado nível de envolvimento social no debate. O seu estudo observa que, embora os temas populistas não sejam recorrentes nos media tradicionais, se tornaram mais prominentes na internet, por causa da visibilidade e da oportunidade de qualquer indivíduo poder opinar. Salgado (2019) conclui, assim, que se não existissem redes sociais, o populismo não tinha praticamente nenhuma visibilidade no debate público em Portugal.

Passando para o lado da procura dos estudos sobre o populismo em Portugal, o trabalho de Santana-Pereira e Cancela (2020) procura explicar a relação entre as atitudes populistas individuais dos portugueses, e o seu comportamento eleitoral. Para tal, os autores recolheram dados usando a escala de seis perguntas desenvolvida por Akkerman, Mudde e Zaslove (2014) – que permite perceber o grau de populismo dos inquiridos em relação a três dimensões centrais na definição de populismo: centrismo popular, antielitismo e soberania popular (Akkerman et al., 2014; Santana-Pereira & Cancela, 2020). Os autores analisaram, então, as intenções de voto dos cidadãos portugueses, procurando relacioná-las com as atitudes populistas.

A sua análise concluiu que não existe nenhum padrão sociodemográfico associado aos diferentes graus de concordância com ideias populistas. Para além disso, notaram que os cidadãos que expressam uma identificação partidária tendem a ser menos populistas. No que toca às intenções de voto, concluíram que as atitudes populistas são mais comuns em cidadãos com intenções de voto em partidos de extrema (tanto de esquerda como de direita). Finalmente, os autores teorizaram que Portugal já tinha cidadãos com ideais e atitudes populistas, mas que só se manifestaram agora porque não tinham (até 2019) um partido que espelhasse estas intenções.

Esta última conclusão é apoiada por De Giorgi e Santana-Pereira (2020), que analisaram as diferenças entre Portugal, Grécia, Itália e Espanha; em relação ao seu tipo de governo, sistema partidário e atitudes políticas. Os autores concluíram que os níveis de populismo em Portugal chegavam a ser mais altos do que nos restantes países. No entanto, no caso da Grécia, Itália e Espanha; o clima de instabilidade e desconfiança instalado no pós-crise de 2008 conduziu a uma grande reconfiguração do sistema político e partidário destes países. O mesmo não se confirmou em Portugal, tendo em conta que as quedas dos níveis de satisfação com o sistema político não foram tão acentuadas, e recuperaram rapidamente. Para além disso, os partidos tradicionais foram capazes de se manter no poder, cooperando durante períodos mais instáveis, desde o pós-crise 2008 à pandemia provocada pelo coronavírus. Assim, os autores justificam a excecionalidade do caso português, pelo facto de não haver um partido populista que respondesse à procura por parte dos cidadãos.

A presente dissertação procura aprofundar o conhecimento destes estudos elaborados sobre o lado da procura, contribuindo para caracterizar os indivíduos que apoiam o populismo em Portugal. Para isso, introduz novas variáveis no debate, como a

personalidade dos cidadãos, sob a forma dos seus traços de personalidade; e a sua convicção de que a participação faz diferença, através da análise dos seus níveis de eficácia política; O estudo também inclui variáveis já estudadas em Portugal, como a proximidade ao desenvolvimento do fenómeno - através da sua identificação partidária - , e as características sociodemográficas dos inquiridos, com o objetivo de solidificar a sua análise.

Capítulo 3: Abordagem Metodológica

3.1. Introdução

Este estudo procura compreender a relação entre as atitudes populistas e os traços de personalidade. Para isso, começou-se por definir o conceito de populismo, e por explorar as perspetivas segundo as quais pode ser abordado. Para além disso, expuseram-se as razões para a escolha do caso português – que se destacou pela resistência ao populismo que demonstrou durante décadas.

De modo a investigar a relação entre as atitudes populistas dos portugueses e a sua personalidade, este capítulo começa por definir estas duas variáveis. As atitudes populistas, variável dependente, podem-se definir como os atos que são levados a cabo por indivíduos, com base nos princípios populistas – de antielitismo, centrismo popular e soberania popular. Já os traços de personalidade, variável independente deste estudo, tratam-se de características que se solidificam muito cedo na vida de um indivíduo, e que tendem a variar muito pouco com o passar dos anos. Estes serão analisados através do modelo dos Big Five, que sumariza a personalidade de um indivíduo em cinco grandes traços: abertura à experiência; conscienciosidade, extroversão, amabilidade e neuroticismo.

De seguida, parte-se para a elaboração das hipóteses de estudo, que se dividem em quatro grupos: as hipóteses sobre os traços de personalidade; sobre a eficácia política; sobre a identificação partidária; e por fim, sobre as características sociodemográficas dos cidadãos. O capítulo inclui, também, a operacionalização de cada uma das variáveis mencionadas – bem como os seus parâmetros de consistência interna.

Apresentam-se, ainda, os dados utilizados, sendo que esta dissertação utiliza uma amostra significativa da população portuguesa, recolhida no âmbito do projeto “Changing European Elections: The impact of Eurozone bailouts on European Parliament election campaigns” – inserido na unidade de investigação em governança, competitividade e políticas públicas (GOVCOPP) da Universidade de Aveiro. O capítulo termina, então, com a caracterização da amostra incluída no estudo.

3.2. Definição de Atitudes Populistas

O populismo manifesta-se, ao nível individual, através de atitudes populistas. Alicerçadas nas crenças do fenómeno em si, estas são caracterizadas pelas mesmas três dimensões: o “antielitismo”, “centrismo popular” e “soberania popular” (Pruysers, 2021). As atitudes populistas são, por consequência, congruentes com a crença de que o povo é homogéneo e virtuoso (Schulz et al., 2018; Hieda et al., 2021), e distinguem-se das ações relacionadas com o elitismo e o pluralismo (Akkerman et al., 2014). Kaltwasser & Hauwaert (2020) explicam que a ativação das atitudes populistas é o resultado do fracasso democrático no que respeita a representatividade. E dado o facto de se poder culpar a elite por esta falha representativa, cria-se um fosso entre eleitores e representantes, que acaba por ser preenchido pelo populismo, através destas atitudes.

Para além disso, estas atitudes são o principal objeto de estudo no lado da procura do populismo, e podem ser analisadas utilizando-se escalas que meçam a proximidade dos cidadãos aos partidos populistas (Castanho Silva et al., 2020), à retórica populista destes partidos ou dos media (Salgado, 2019), ou através do grau de concordância com ideais populistas (Akkerman et al., 2014). A título de exemplo, Hauwaert e Kessel (2018), no seu estudo das atitudes populistas em nove países diferentes, concluem que a medição destas atitudes apresenta resultados sólidos em vários contextos, tanto para prever o apoio populista dos partidos de esquerda, como de direita.

3.3. Definição de Traços de Personalidade

Existe uma longa tradição literária de associação entre a personalidade e a política, como por exemplo, através do estudo da personalidade autoritária dos cidadãos (Adorno et al., 1950; Dorris et al., 1954) ou através das diferenças nos princípios de moralidade, dos jovens politicamente ativos ou inativos (Haan et al., 1968). Mondak e Halperin (2008) elaboraram um estudo em que explicam que a personalidade foi pouco estudada durante várias décadas, por falta de um modelo que pudesse ser aplicado à área da política de forma concisa. Os autores referem que isto fez com que apenas surgissem estudos sobre a personalidade: aplicados a poucos indivíduos, como o estudo de elites; ou unidimensionais, como os que tratam a eficácia política – dimensão muito ligada à personalidade. Esta lacuna começou a ser preenchida quando o modelo *Big Five Personality Traits* começou a ganhar popularidade, por se mostrar como uma opção viável para o estudo do comportamento político. O modelo dos Big Five incorpora os

vários traços de personalidade em cinco dimensões básicas: *Openness*, *Conscientiousness*, *Extraversion*, *Agreeableness* e *Neuroticism* (McCrae & Jonh, 1992). Nesta dissertação, contudo, optou-se por utilizar a tradução de Bertoquini e Pais-Ribeiro (2006) - Abertura à Experiência, Conscienciosidade, Extroversão, Amabilidade, Neuroticismo.

O primeiro traço, a abertura à experiência (*Openness*), tende a estar mais presente em indivíduos que são mais criativos e imaginativos (Mondak & Halperin, 2008). Trata-se de um traço que caracteriza aqueles que são mais curiosos e perspicazes, e por isso tendem a não se rever no conservadorismo – nem no dogmatismo (Bakker et al., 2016). Altos níveis de abertura à experiência relacionam-se, ainda, com altos níveis de autoconfiança (Fatke, 2019).

A conscienciosidade (*Conscientiousness*) relaciona-se, por sua vez, com indivíduos organizados e trabalhadores (Mondak & Halperin, 2008). Por desenvolverem um elevado grau de sentido de responsabilidade, estes cidadãos costumam ser vistos como mais confiáveis. Este traço está mais presente naqueles que são adversos ao risco, e que gostam de planejar antecipadamente. Isto torna-os, geralmente, mais informados e pacientes (Fatke, 2019). Os mais conscienciosos são, ainda, defensores de regras, autodisciplina, e mais focados na realização de objetivos (Bakker et al., 2016).

O traço de personalidade extroversão (*Extraversion*) tende a ser mais associado a pessoas mais comunicativas, que procuram liderar, e que preferem trabalhar com base na cooperação e em rede (Mondak & Halperin, 2008). Para além disso, as pessoas mais extrovertidas tendem a ser mais socialmente ativas (Bakker et al., 2016) e assertivas, por não se retirarem das situações que envolvem a tomada de decisões (Fatke, 2019).

A amabilidade (*Agreeableness*) destaca-se em pessoas com graus mais elevados de confiança social, simpatia e altruísmo (Mondak & Halperin, 2008). Isto significa que caracteriza indivíduos que são considerados mais generosos e solidários. Por esta razão, este traço está profundamente relacionado com a forma como um determinado indivíduo interage com outros (Fatke, 2019). Um cidadão com um elevado de amabilidade é, portanto, tolerante, modesto, compreensivo e cooperativo (Bakker et al., 2016).

Por fim, o neuroticismo (*Neuroticism*) manifesta-se mais naqueles que são emocionalmente instáveis, ansiosos, pessimistas e que tendem a considerar que algo é

“injusto ou insatisfatório” (Mondak & Halperin, 2008). Elevados graus deste traço transparecem uma personalidade tensa, amedrontada e stressada – o que faz com que esta dimensão esteja muito interligada com a vivência de emoções negativas (Fatke, 2019). Os cidadãos caracterizados como mais neuróticos são, também, os que tendem a ser mais conscientes de si mesmo, e a experienciar níveis mais elevados de depressão e raiva (Bakker et al., 2016).

Digman (1990) explica que o crescimento do “five-factor model” - que deu origem ao modelo dos Big Five – tem as suas origens em estudos linguísticos da década de 1930. No entanto, só a partir da década de 1980 é que se começaram a ver avanços consistentes no seu uso, devido à sua validade e viabilidade, por ser capaz de se manter em várias línguas e contextos diferentes (Mondak & Halperin, 2008). Mais recentemente, têm havido cada vez mais estudos que usam estes traços para explicar diferenças relacionadas com diversas atitudes e comportamentos de cariz político. Contudo, no que diz respeito ao estudo do populismo, os traços de personalidade têm sido pouco destacados.

Bakker et al. (2016), por exemplo, utilizam os Big Five para explicar os níveis de apoio a partidos/ideias populistas – tendo em conta o “princípio de congruência”, que explica que os eleitores tendem a votar em políticos cujos traços de personalidade se assemelham aos seus (Caprara & Zimbardo, 2004). Os autores utilizaram a amabilidade (um dos cinco traços) para prever o apoio a partidos populistas nos Estados Unidos da América, Holanda e Alemanha - concluindo que existe uma forte relação entre as duas variáveis. O estudo explica, ainda, que os indivíduos que votam em partidos populistas não têm necessariamente uma personalidade autoritária, nem o fazem em forma de protesto irracional – o que permite aos autores argumentarem que o voto populista só pode ser compreendido tendo em consideração a personalidade do indivíduo em questão.

Fatke (2019) analisa os Big Five no Reino Unido e na Alemanha, relacionando os diferentes tipos de personalidade individual, com as atitudes populistas dos mesmos atores. O seu estudo não reforça, no entanto, a conclusão de Bakker et al. (2016). Tanto no Reino Unido como na Alemanha, Fatke (2019) encontrou relações positivas entre as atitudes e os graus de amabilidade e neuroticismo. No entanto, este refere que houveram diferentes associações entre os dois contextos analisados. Só no Reino Unido é que a abertura à experiência apareceu relacionada com mais atitudes populistas. Por outro

lado, só na Alemanha é que as atitudes estavam relacionadas com graus mais elevados de conscienciosidade e extroversão. Ou seja, tal como tinha hipotizado, Fatke (2019) concluiu que os traços de personalidade se manifestam de diferentes formas, em diferentes contextos.

Em relação às críticas que costumam ser apontadas ao modelo dos Big Five, importa referir que costumam dizer respeito à sua tentativa de categorizar os indivíduos segundo um esquema que tenta encapsular dimensões muito complexas em apenas cinco categorias (Caprara & Zimbardo, 2004; McCrae & Jonh, 1992). No entanto, segundo Mondak e Halperin (2008), os traços de personalidade são relevantes para a área do comportamento político, dado que operam em praticamente todos os seus aspetos. Para além disso, este modelo utiliza características que se desenvolvem desde a infância dos indivíduos, e que são estáveis ao longo do tempo, fazendo com que se adequem particularmente bem ao estudo de atitudes políticas (Mondak & Halperin, 2008).

3.4. Hipóteses

Segue-se, agora, o enquadramento das hipóteses de estudo. Esta secção encontra-se dividida em quatro partes: os traços de personalidade: abertura à experiência, conscienciosidade, extroversão, amabilidade e neuroticismo; a eficácia política; a identificação partidária; e, por fim, as características sociodemográficas dos inquiridos.

Começando pelo primeiro traço de personalidade, podemos referir que, devido ao seu vínculo à autoconfiança, a abertura à experiência, costuma estar associada a maiores graus de eficácia política interna - crença individual de que se tem competência suficiente para perceber o sistema político e participar eficazmente na política (Balch, 1974; Staerklé & Green, 2018). Para além disso, Mondak e Halperin (2008) referem que este traço se destaca em indivíduos com níveis mais baixos de dogmatismo, desinteresse político (por serem curiosos) e conservadorismo ideológico.

Espera-se, portanto, que os indivíduos mais confiantes, mais dispostos a participar e que tenham um espírito mais crítico, sejam menos permeáveis à mensagem populista. Isto, dado que esta tende a depender de dogmas, e da ideia de que o povo necessita de um representante capaz de alcançar mudanças profundas, sem o qual nada será conseguido (Canovan, 1999). Para além disso, os cidadãos mais abertos à experiência não são tão avessos à mudança, o que significa que não se sentem ameaçados pela ideia populista de

que as minorias podem piorar a sociedade, tornando-a mais heterogênea (Fatke, 2019; Vasilopoulos e Jost, 2020). Assim, pode ser formulada a seguinte hipótese:

H.1a: Indivíduos com níveis mais baixos de abertura à experiência têm mais atitudes populistas.

A conscienciosidade, por sua vez, tende a surgir associada a indivíduos que valorizam a responsabilidade e um forte sentido de missão/dever (Pruysers, 2021). Tratam-se de pessoas com preferência para a organização e disciplina, e defensoras do *status quo* (Bakker et al., 2016; Mondak & Halperin, 2008). Por esta razão, Gallego & Pardos-Prado (2014) hipotizaram que os indivíduos mais conscienciosos podem ser mais propícios a criticar quem põe em causa a unidade do povo, como os imigrantes – o que se traduz em antipluralismo social.

Para além disso, tendem a encontrar pontos de convergência com os valores dos partidos populistas no que toca ao antielitismo e à ideia de manipulação do povo pelas elites (Pruysers, 2021). Este fator leva a que a conscienciosidade apareça associada a cidadãos com um maior nível de escrutínio dos seus representantes, por rejeitarem a ideia de confiança democrática (Landwehr and Steiner, 2017)

Por fim, os indivíduos mais conscienciosos tendem a possuir graus mais baixos de eficácia política, e são mais subjetivos a basear as suas ideias em dogmas, em vez de criticarem e procurarem informação mais detalhada (Mondak & Halperin, 2008). Assim, espera-se que os cidadãos mais conscienciosos tendam a concordar com as ideias populistas: de que necessitam de um líder forte e carismático, de que são governados por uma elite corrupta e manipuladora, e de que o pluralismo social ameaça a sociedade. Coloca-se, então, a seguinte hipótese:

H.1b: Indivíduos com níveis mais elevados de conscienciosidade têm mais atitudes populistas.

O traço de personalidade extroversão, não apresenta qualquer tipo de associação evidente com o populismo. No entanto, Mondak & Halperin (2008) concluíram que este traço aparece associado a níveis elevados de eficácia política interna, tendo em conta que se destaca em indivíduos que gostam de participar em iniciativas sociais e adotar um papel opinativo (o que é possível nas iniciativas políticas). Isto faz com que se espere que a extroversão se possa manifestar mais em cidadãos participativos. Posto

isto, e dado que Mudde (2004) explica que o populismo se alimenta da apatia e do desinteresse político, espera-se que cidadãos mais participativos sejam mais resistentes ao populismo. Para além disso, Fatke (2019) encontrou uma relação negativa entre os níveis deste traço e as atitudes populistas dos cidadãos na Alemanha. Isto leva à formulação da seguinte hipótese:

H.1c: Indivíduos com níveis mais baixos de extroversão têm mais atitudes populistas.

Relativamente à amabilidade, Bakker et al. (2016) concluíram que este traço é o melhor a prever o apoio ao populismo – ou seja, que os cidadãos menos amáveis tendem a manifestar intenções de votar em partidos populistas. Os autores explicam que os indivíduos menos amáveis são mais permeáveis à mensagem populista de que a elite é corrupta, incompetente, e prospera à custa do povo trabalhador. No mesmo sentido, Mondak e Halperin (2008) argumentam, que a amabilidade caracteriza aqueles que confiam nos políticos. Por fim, a amabilidade destaca-se em indivíduos que interagem com outros de forma meiga, generosa, solidária e altruísta – o que também os torna menos permeáveis à ideia populista de que a sociedade deve ser homogénea (Fatke, 2019). Considera-se, então, a seguinte hipótese:

H.1d: Indivíduos com níveis mais baixos de amabilidade têm mais atitudes populistas.

Por último, a relação entre o neuroticismo e o populismo não é evidente. Contudo, este traço de personalidade destaca-se em cidadãos que tendem a considerar que uma situação (ou o mundo em geral) é injusta ou insatisfatória (Mondak & Halperin, 2008). Esta característica leva a que se espere que os cidadãos mais neuróticos se identifiquem com a mensagem populista de que o povo é injustiçado. Para além disso, este é o traço de personalidade mais frequentemente associado à participação política a favor dos partidos populistas, pelo facto de se traduzir em raiva (mesmo que relativa a fatores externos, como a economia) - que pode ser canalizada para atitudes populistas (Rico et al., 2017; Spruyt et al., 2016). Posto isto, considera-se a seguinte hipótese:

H.1e: Indivíduos com níveis mais elevados de neuroticismo têm mais atitudes populistas.

O segundo bloco de hipóteses diz respeito aos níveis de eficácia política. Esta noção começou a ser utilizada em 1954, quando Campbell et al. explicaram as variações na participação eleitoral tratando o conceito de eficácia política, no sentido de perceber se os cidadãos consideravam que o seu esforço de cumprimento do seu dever cívico, valia a pena. Os autores definiram eficácia política como “o sentimento de que um ato político tem, ou pode ter, impacto no processo político.” (Campbell et al., 1954, p.187). Nas suas conclusões, encontraram uma correlação positiva entre a eficácia e a participação política, indicando que os cidadãos que consideravam que os seus esforços eram valorizados, tendiam a participar de forma mais ativa.

Há vários anos que os estudos apontam para uma relação positiva entre a eficácia e a participação política (Balch, 1974). Isto porque um cidadão mais confiante na sua capacidade de interpretação e intervenção política (ou seja, que tenha um maior grau de eficácia interna), tende a estar mais satisfeito com o regime, e a participar mais (Balch, 1974). Finkel (1985) reforça esta ideia, afirmando que estes indivíduos, cuja competência lhes confere uma capacidade necessária para se autogovernarem e escrutinarem o governo dos outros sobre o seu espaço, tendem não só a participar mais, como também a originar reações em cadeia - incentivando outros cidadãos a tornarem-se mais participativos. Isto pode significar que os indivíduos com graus elevados de eficácia política, são menos permeáveis à ideia populista de que a sociedade necessita de alterações profundas, não só por estarem envolvidos na política, mas também por tenderem a estar menos insatisfeitos com os seus governantes.

Atualmente, a eficácia política é utilizada regularmente em estudos sobre atitudes populistas (por exemplo, Geurkink, 2020; Spruyt et al., 2016; McDonnell, 2020). No entanto, a sua medição ainda não é consensual (McDonnell, 2020). Segundo Niemi et al. (1991), um dos problemas que contribui para esta dificuldade de encontrar consenso, prende-se com a distinção de Balch (1974), entre eficácia política interna (*internal political efficacy*) e eficácia política externa (*external political efficacy*).

Entende-se por eficácia política interna, a crença de que se tem competências suficientes para perceber o sistema político, e com isto, capacidade de poder participar eficazmente na política (Balch, 1974; Staerklé & Green, 2018). Graus baixos deste tipo de eficácia política aparecem associados a cidadãos com mais atitudes populistas, por fomentar o seu descontentamento através de uma sensação de impotência individual - o que, eventualmente, dá origem a estas atitudes (Rico et al., 2017; Rico et al., 2020).

A eficácia política externa, por sua vez, traduz-se na crença de que as instituições governamentais atendem aos pedidos dos cidadãos (Balch, 1974; Niemi et al., 1991). Este tipo de eficácia política tende a ser identificada como determinante na explicação do apoio populista – por se transformar na sensação de que as instituições políticas não ouvem os cidadãos, e, portanto, não respondem às suas intervenções diretas/unipessoais (Spruyt et al., 2016).

Balch (1974) destaca, ainda, a relação negativa entre a eficácia (interna e externa) e a apatia política. Spruyt et al. (2016) corroboram este resultado, quando exploram a relação entre o apoio ao populismo, e as características sociodemográficas dos cidadãos belgas. Neste estudo, concluem que as pessoas que possuem um grau mais elevado de desinteresse e apatia política, assim como de eficácia política, tendem a apoiar mais o populismo. Posto isto, e tendo em conta que Mudde (2004) refere que o populismo se alimenta da apatia política, falta de participação, e do distanciamento que se cria entre o povo e a elite governativa; espera-se que os cidadãos com menos eficácia política tenham mais atitudes populistas. Isto, porque se espera que sejam mais permeáveis à ideia de que necessitam de um novo líder para os representar, dado que não se sentem capazes de o fazer sozinhos. Considera-se, assim, a seguinte hipótese:

H.2: Indivíduos com menores níveis de eficácia política, tendem a revelar mais atitudes populistas.

No terceiro leque de hipóteses, aborda-se a dimensão da identificação partidária. Meléndez e Kaltwasser (2019) estudaram a forma como a identificação partidária se relacionava com o populismo, analisando o caso particular do Chile, por ser um país no qual o populismo deveria (teoricamente) ter uma maior predominância política. Neste estudo, explicam que a identificação partidária deve ser tratada como: a proximidade a um partido que oferece um mapa político aos eleitores, e que trabalha no sentido de fazer com que formem preferências e posicionamentos com base nesse mapa. Ou seja, trata-se de uma relação bilateral, entre os eleitores, e os membros da organização que os tenta agradar, energizar, incluir e mobilizar. Isto faz com que a identificação partidária seja entendida como uma ligação não só racional, mas também emocional. É este fator que leva a que os indivíduos que tenham uma identificação partidária, apresentem um elevado grau de lealdade para com o seu partido.

Santana-Pereira e Cancela (2020) tratam o caso português, e, reforçando a ideia de Meléndez e Kaltwasser (2019) sobre a identificação partidária, hipotizam que os cidadãos que se sentem mais próximos dos partidos mais populistas apresentem mais atitudes populistas - por refletirem (de certa forma) as ideias do partido a que se associam. Em Portugal, existe apenas um partido claramente populista – o Chega. No entanto, há outros partidos que também fazem uso da retórica populista, como o Bloco de Esquerda e o Partido Comunista Português (Lisi & Borghetto, 2018; Salgado, 2019). Espera-se, então, que a identificação com qualquer um destes partidos, se possa traduzir em mais atitudes populistas. Assim, levantam-se as seguintes hipóteses:

H.3a: Indivíduos que se identificam com o Chega, tendem a revelar mais atitudes populistas.

H.3b: Indivíduos que se identificam com partidos que apresentam discursos populistas, tendem a revelar mais atitudes populistas.

O último conjunto de hipóteses de estudo refere-se às características sociodemográficas dos cidadãos. Estudos como o de Rico et al. (2017) demonstram que as atitudes populistas podem advir de raiva ou descontentamento com a sua situação pessoal em geral (e não só em relação à política), nomeadamente em relação à sua posição na configuração da sociedade em que se inserem (Kriesi et al., 2006). Isto significa que um cidadão que se considere menos beneficiado do que os restantes, poderá ser mais suscetível à aceitação de ideias populistas (Santana-Pereira & Cancela, 2020). Assim sendo, considera-se que os cidadãos que responderam ao inquérito indicando uma situação de desemprego, possam estar numa situação que propicia atitudes populistas (Arzheimer, 2009; Kaltwasser & Hauwaert, 2020). Coloca-se, assim, a seguinte hipótese:

H.4a: Cidadãos em situação de desemprego têm mais atitudes populistas.

Por fim, este estudo terá em conta a idade, educação e sexo dos participantes, tendo em conta que alguns estudos demonstram que os cidadãos têm mais atitudes populistas quando são do sexo masculino (Elchardus & Spruyt, 2016; Kaltwasser & Hauwaert, 2020); quando são mais velhos (Kaltwasser & Hauwaert, 2020; Santana-Pereira & Cancela, 2020), e quando têm um menor grau de educação (Elchardus & Spruyt, 2016;

Kaltwasser & Hauwaert, 2020; Spruyt et al., 2016). Assim, por forma a analisar estes efeitos, sugerem-se as seguintes hipóteses:

H.4b: Indivíduos do sexo masculino apresentam mais atitudes populistas.

H.4c: Indivíduos mais velhos apresentam mais atitudes populistas.

H.4d: Indivíduos com níveis de escolaridade mais baixos têm mais atitudes populistas.

3.5. Dados Utilizados

Os dados utilizados neste estudo foram recolhidos de uma amostra significativa da população portuguesa, entre fevereiro e março de 2021. Esta recolha foi levada a cabo pela empresa NetQuest, no âmbito do projeto “Changing European Elections: The impact of Eurozone bailouts on European Parliament election campaigns” – financiado pela Fundação para a Ciência e Tecnologia, coordenado pelo Professor Doutor Varqá Carlos Jalali, e inserido na unidade de investigação em governança, competitividade e políticas públicas (GOVCOPP) da Universidade de Aveiro (GOVCOPP, 2021 junho).

Aquando desta recolha, o país tinha acabado de reeleger Marcelo Rebelo de Sousa para o seu segundo mandato como Presidente da República, e André Ventura - fundador do Chega e seu único deputado representado na Assembleia da República – tinha acabado de obter o terceiro lugar nessas mesmas eleições⁸. Apesar da representação populista de Ventura se tratar de um fenómeno recente em Portugal, a sua popularidade vinha a crescer consideravelmente. Este mesmo crescimento fez com que, nas Eleições Legislativas de janeiro de 2022, o Chega viesse a eleger mais onze deputados, formando um grupo parlamentar com um total de doze deputados⁹.

3.6. Operacionalização e Consistência Interna

A escala escolhida para a medição das atitudes populistas dos inquiridos foi desenvolvida por Akkerman, Mudde e Zaslove (2014), e consiste num grupo de seis

⁸Eleições Presidenciais 2021 (disponível em <https://www.eleicoes.mai.gov.pt/presidenciais2021/resultados/globais>), consultado 9 fevereiro 2022.

⁹Legislativas 2022 (disponível em <https://www.legislativas2022.mai.gov.pt/resultados/globais>), consultado 9 fevereiro 2022.

itens que medem o grau de concordância com seis diferentes afirmações (numa escala do tipo *Likert* de 5 valores). No total, a sua pontuação total mínima é de 4, e a máxima é de 30. Trabalhada no sentido de analisar as três dimensões centrais do populismo: o centrismo-popular, o antielitismo, e a soberania-popular (Akkerman et al., 2014), esta escala foi destacada no estudo de Castanho et al. (2020), que compara sete escalas de populismo diferentes, por obter bons resultados em todos os campos testados: coerência interna, validade entre países, largura conceptual e validade externa.

Os seis itens incluídos na Tabela 1 interagem entre si de forma interconectada, para avaliarem as várias dimensões do populismo. As suas primeiras quatro afirmações pretendem analisar a concordância ideológica que o participante possui em relação à existência de um governo representativo – o que inclui a sua opinião acerca da distância entre o povo e a elite, e entre a vontade do povo e a forma como os seus interesses são representados. Em relação ao antielitismo, temos o terceiro item, que avalia diretamente a concordância com esta dimensão; e o sexto item, que de forma inversa, mede a concordância com o elitismo. Por fim, os últimos três itens incidem, no que diz respeito à construção binomial da sociedade, separada por dois grupos antagónicos.

Akkerman, Mudde e Zaslove (2014) esclarecem que esta escala serve como indicador de atitudes populistas, tendo em conta que uma atitude populista pode ser definida como qualquer ação que tenha por base os princípios do populismo, e que a escala mede a congruência ideológica entre este conceito e os inquiridos. Isto significa que uma pontuação mais elevada nesta escala demonstra uma maior probabilidade de o indivíduo ter atitudes populistas. Esta é, também, a escala mais utilizada em estudos deste tipo (Castanho Silva et al., 2020). Aplicada ao presente estudo, a escala apresenta um nível de consistência interna alto ($\alpha= 0,8$).

Tabela 1 - Dimensões, Itens e Consistência Interna da Escala de Atitudes Populistas

Dimensões	Itens	Consistência Interna
Populismo	Os políticos no parlamento deviam seguir a vontade do povo.	$\alpha= 0,8$
	As pessoas, e não os políticos, é que deviam tomar decisões políticas mais importantes.	
	As diferenças políticas entre a elite e o povo são maiores do que as diferenças entre o povo.	
	Prefiro ser representado por um cidadão do que por um político profissional.	
	Os políticos eleitos falam muito, mas fazem pouco.	
	O que as pessoas chamam de fazer cedências na política é, na realidade, apenas vender os seus princípios.	

Para a recolha de dados acerca dos traços de personalidade, utilizou-se o Inventário de Personalidade NEO-FFI-20 (Bertoquini & Pais-Ribeiro, 2006). Este indicador trata-se de uma forma simplificada do Inventário de Personalidade NEO-PI-R, englobando apenas os vinte itens (afirmações auto-descritivas) presentes na Tabela 2, que são classificados pelos inquiridos através de uma escala do tipo *Likert* de cinco pontos (Bertoquini & Pais-Ribeiro, 2006). Assim, acerca de cada uma das vinte afirmações, o inquirido pôde responder: “Discordo totalmente” (1), “Discordo” (2), “Neutro” (3), “Concordo” (4) ou “Concordo totalmente” (5). Ao aplicar esta escala neste estudo, obteve-se um grau de consistência interna alto, relativamente a todas as dimensões testadas ($\alpha \geq 0,7$).

Tabela 2 - Dimensões, Itens e Consistência Interna da Escala dos Traços de Personalidade

Dimensões	Itens	Consistência Interna
Abertura à Experiência	A poesia pouco ou nada me diz. Às vezes ao ler poesia e ao olhar para uma obra de arte sinto um arrepio ou uma onda de emoção. Acho as discussões filosóficas aborrecidas. Não dou grande importância às coisas da arte e da beleza.	$\alpha = 0,8$
Conscienciosidade	Sou eficiente e eficaz no meu trabalho. Sou uma pessoa muito competente. Esforço-me por ser excelente em tudo o que faço. Sou uma pessoa aplicada, conseguindo sempre realizar o meu trabalho.	$\alpha = 0,8$
Extroversão	Sou uma pessoa alegre e bem-disposta. Muitas vezes, sinto-me a rebentar de energia. Sou uma pessoa muito ativa. Sou dominador(a), cheio(a) de força e combativo(a).	$\alpha = 0,7$
Amabilidade	Tendo a pensar o melhor acerca das pessoas. A minha primeira reação é confiar nas pessoas. Algumas pessoas consideram-me frio(a) e calculista. Tendo a ser descrente ou a duvidar das boas intenções dos outros.	$\alpha = 0,7$
Neuroticismo	Raramente estou triste ou deprimido(a). Sinto-me, muitas vezes, desamparado(a), desejando que alguém resolva os meus problemas por mim. Raramente me sinto só ou abatido(a). Houve alturas em que experimentei ressentimento e amargura.	$\alpha = 0,7$

No que diz respeito à avaliação da eficácia política, utilizou-se uma adaptação da Escala de Eficácia Política (Sarieva, 2018). A escala foi desenvolvida no sentido de incluir as

três componentes da eficácia política: pessoal, coletiva e externa. Cada uma das três componentes analisadas tem, assim, três itens que lhe correspondem (Sarieva, 2018). Dos nove itens presentes na Tabela 3, os primeiros três referem-se à eficácia política pessoal. Os itens 4 a 6, por sua vez, referem-se à eficácia política coletiva. Por fim, os últimos três itens avaliam a eficácia política externa (Sarieva, 2018). Para obter uma pontuação, os inquiridos revelam o seu nível de concordância com cada uma das nove afirmações – através de uma escala de cinco pontos que varia entre “Discordo totalmente” (1) e “Concordo totalmente” (5). Aplicada a este estudo, a escala de eficácia política total apresenta um elevado grau de consistência interna ($\alpha= 0,8$).

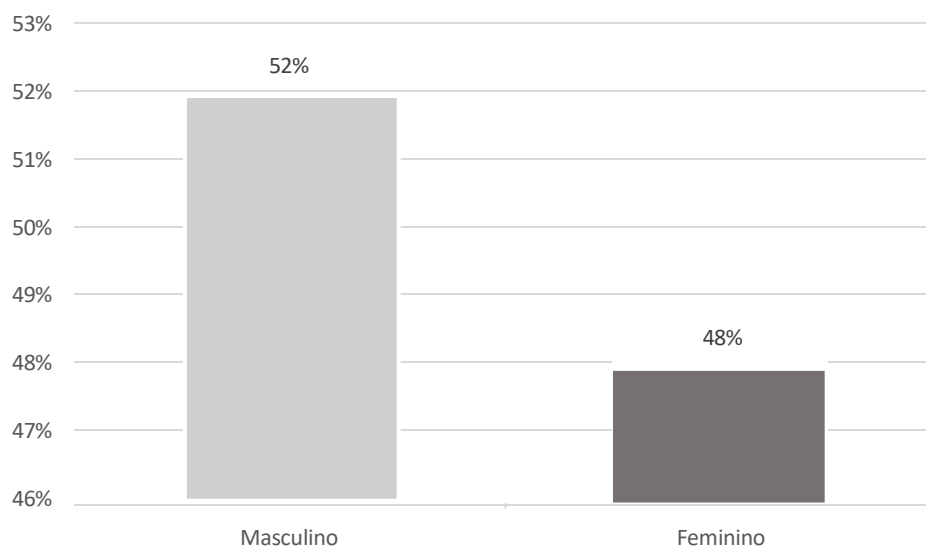
Tabela 3 - Itens e Consistência Interna da Escala de Eficácia Política

Dimensões	Itens	Consistência Interna
Eficácia Política	Eu sou capaz de influenciar a promulgação de novas leis e decisões políticas.	$\alpha= 0,8$
	Eu posso contribuir para a eleição de um líder político cujas opiniões eu partilho.	
	Eu posso exigir que as leis e decisões políticas existentes sejam cumpridas.	
	Juntos, os portugueses são capazes de influenciar a promulgação de novas leis e decisões políticas.	
	Juntos, os portugueses são capazes de contribuir para a eleição de um líder político cujas opiniões eles partilham.	
	Juntos, os portugueses são capazes de exigir que as leis e decisões políticas existentes sejam cumpridas.	
	Os governantes estão dispostos a dar informações sobre como as decisões políticas são tomadas.	
	Os governantes estão interessados em garantir direitos iguais para todos os partidos e grupos políticos.	
	Os responsáveis do governo estão interessados em cumprir as exigências legais dos cidadãos.	

3.7. Caracterização da Amostra

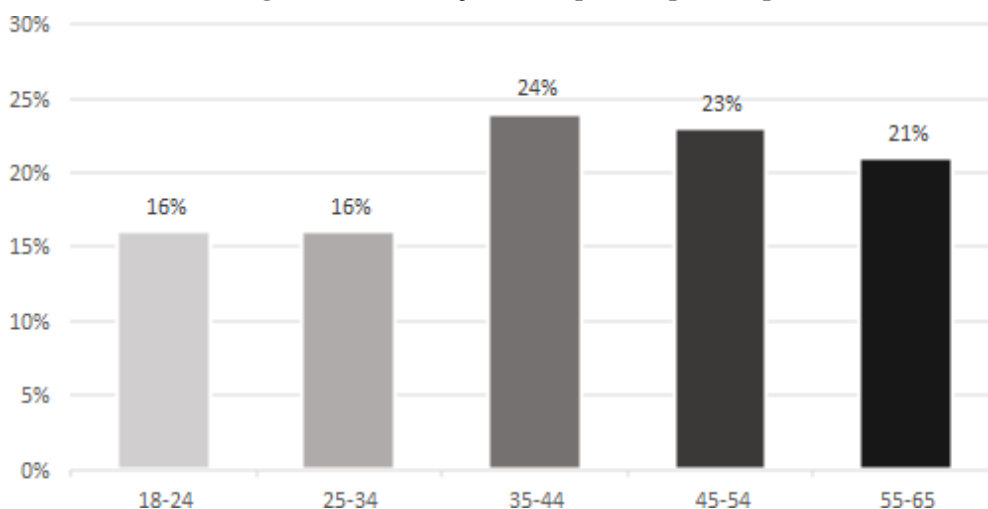
A amostra utilizada neste estudo é composta por um total de 1510 participantes. Destes, 52 por cento são do sexo feminino e 48 por cento são do sexo masculino, tal como se apresenta na Figura 1. A média de idades dos cidadãos inquiridos é de 41 anos, sendo que o mínimo é de 18 e o máximo é de 65.

Figura 1 - Distribuição dos inquiridos, por Sexo

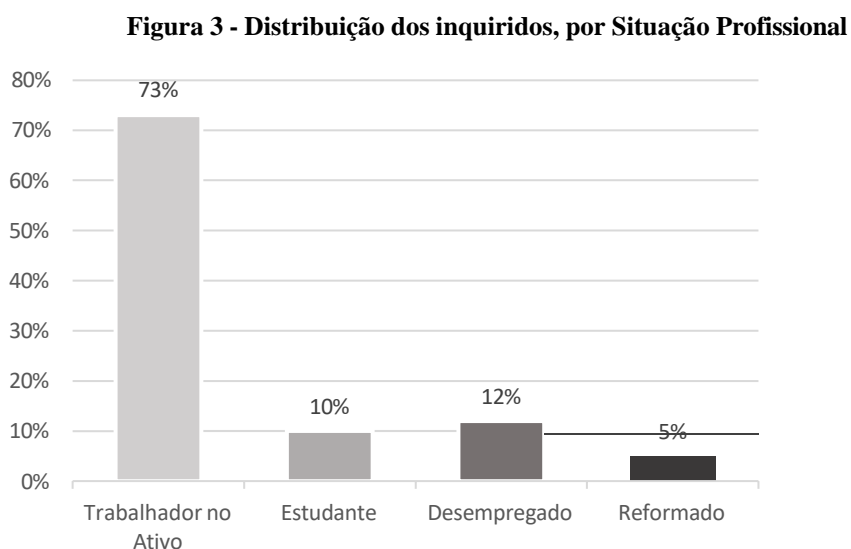


Para facilitar o tratamento de dados, optou-se por dividir os participantes em cinco grupos etários, presentes na Figura 2. Estando de acordo com a classificação utilizada pelos Censos, estes organizam-se da seguinte forma: 18-24 anos (n=246; 16%), 25-34 anos (n=249; 16%), 35-44 anos (n=358; 24%), 45-54 anos (n=343; 23%) e 55-65 anos (n=314; 21%).

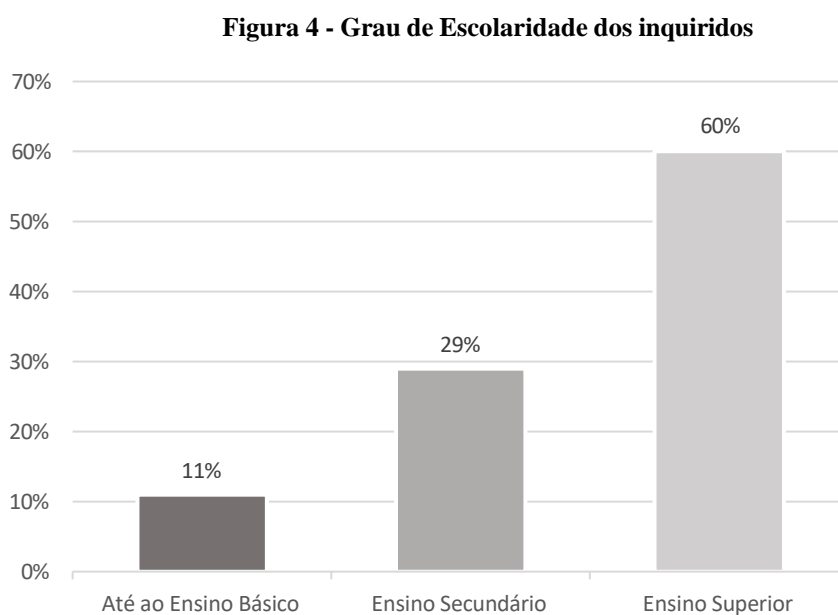
Figura 2 - Distribuição dos inquiridos por Grupos Etários



Em relação à distribuição por situação profissional dos cidadãos em questão, representada na Figura 3, podemos reparar que a grande maioria dos inquiridos (73%) são trabalhadores no ativo. Os restantes dividem-se em estudantes (10%), desempregados (12%), e reformados (5%).

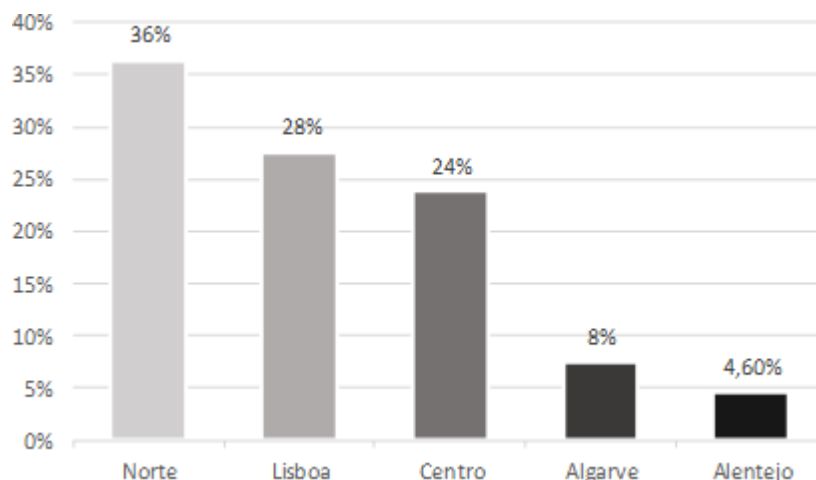


Já no que diz respeito ao grau de escolaridade, com a sua distribuição representada na Figura 4, a amostra divide-se em três grandes grupos. O primeiro inclui os cidadãos com um grau de escolaridade até ao ensino secundário (11%), o segundo os cidadãos com o ensino secundário completo (29%), e, por fim, os inquiridos que frequentam (ou terminaram) algum tipo de formação superior (60%).



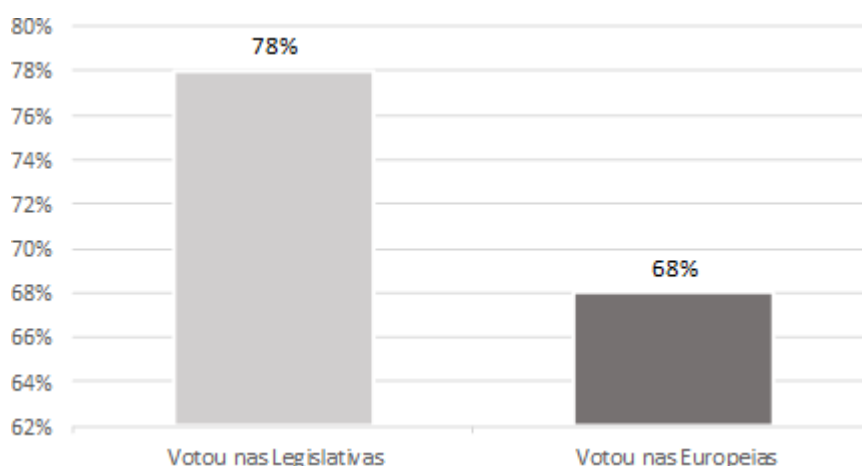
A Figura 5 apresenta a distribuição nacional dos inquiridos, por região de Portugal. A amostra inclui cidadãos da região Norte (36,4%), da região de Lisboa (27,6%), da região Centro (23,8%), da região do Algarve (7,5%), e da região do Alentejo (4,6%).

Figura 5 - Distribuição dos inquiridos por Região



Por fim, analisou-se a participação eleitoral recente dos inquiridos em dois momentos distintos, representada na Figura 6. Tal como se pode verificar, obteve-se uma distribuição da amostra que nos permite destacar o facto da maioria dos cidadãos ter votado, tanto nas eleições para a Assembleia da República em 2019 (78%), como nas eleições europeias do mesmo ano (68%).

Figura 6 - Participação Eleitoral dos Inquiridos



Capítulo 4: Análise e Discussão dos Resultados

4.1. Introdução

Esta dissertação pretende analisar a relação entre as atitudes populistas e os traços de personalidade dos cidadãos portugueses, controlando a análise em função da eficácia política, identificação partidária, e características sociodemográficas dos mesmos. Após a operacionalização das variáveis, este capítulo pretende apresentar os resultados dos vários testes estatísticos elaborados. Posto isto, este capítulo divide-se em quatro momentos, começando com a análise da estatística descritiva.

Numa segunda fase, exploraram-se as potenciais correlações entre as atitudes populistas e os traços de personalidade. Esta análise bivariada serve para perceber até que ponto é que a variável dependente se relaciona, positiva ou negativamente, com cada um dos traços. Assim, pretende-se discutir o efeito individual da abertura à experiência, conscienciosidade, extroversão, amabilidade e neuroticismo; nas atitudes populistas.

Numa terceira parte do capítulo, levam-se a cabo análises bivariadas entre as atitudes e as variáveis de controlo. Estas análises permitem perceber a relação que a eficácia política, identificação partidária e características sociodemográficas (sexo, grupo etário, grau de escolaridade e ocupação profissional), estabelecem com as atitudes populistas dos cidadãos portugueses. Assim, discute-se e justifica-se a utilização destas variáveis nos modelos de regressão elaborados na última etapa de testes estatísticos.

Na quarta e última fase, criam-se cinco modelos de regressão. O primeiro modelo analisa apenas as atitudes e os traços de personalidade, servindo de modelo base. O segundo modelo introduz a eficácia política na análise. Segue-se a introdução da identificação partidária, no terceiro modelo, e das características sociodemográficas, no quarto modelo. Finalmente, cria-se um quinto modelo, que inclui todas as variáveis independentes, à exceção da identificação partidária. O capítulo termina, então, com a exploração e discussão dos resultados obtidos nos modelos de regressão linear.

Terminada a análise estatística e discussão dos resultados, a dissertação chegará ao último capítulo. Este, por fim, expõe as conclusões finais da investigação, bem como os pontos a ter em consideração em estudos futuros.

4.2. Estatística Descritiva

Os cinco traços de personalidade avaliados são: abertura à experiência, conscienciosidade, extroversão, amabilidade e neuroticismo. A pontuação em cada um destes traços resulta da soma das pontuações das quatro afirmações que lhe correspondem. Cada participante pode ter entre 5 e 20 pontos em cada um dos traços de personalidade, sendo que quanto mais elevada é a pontuação, maior é a presença desse traço na personalidade do indivíduo (Bertoquini & Pais-Ribeiro, 2006).

Na análise da estatística de escala, presente na Tabela 4, destaca-se o facto de os participantes apresentarem resultados mais elevados de conscienciosidade (com uma média de 16,0), e mais baixos de neuroticismo (média de 10,9). Os restantes três traços apresentam médias muito próximas.

Tabela 4 - Estatísticas de Escala da Escala dos Traços de Personalidade

Dimensões	Média	Variância	Desvio Padrão	N de itens
Abertura à Experiência	13,3	17,4	4,2	4
Conscienciosidade	16,0	5,1	2,3	4
Extroversão	13,6	6,2	2,5	4
Amabilidade	13,8	10,1	3,2	4
Neuroticismo	10,9	11,2	3,3	4

Olhando para a Tabela 5, que expõe as diferenças entre as médias obtidas pelos inquiridos do sexo feminino e masculino, observa-se que os cidadãos do sexo masculino apenas apresentam uma média mais elevada no traço de personalidade extroversão. Isto significa que os cidadãos do sexo feminino, são mais abertos à experiência, mais conscienciosos, mais amáveis, e também mais neuróticos.

Tabela 5 - Média dos Traços de Personalidade por Sexo

Sexo	Abertura à Experiência	Conscienciosidade	Extroversão	Amabilidade	Neuroticismo
Masculino	12,8	15,9	13,8	13,5	10,3
Feminino	13,6	16,2	13,3	14,0	11,5

Já no que diz respeito à análise por grupo etário, representada na Tabela 6, podemos destacar a tendência crescente da amabilidade, e decrescente do neuroticismo, à medida que a idade dos participantes aumenta. Para além disso, o traço de personalidade que se manteve mais estável, ou seja, no qual a variação entre grupos etários foi menor, foi a extroversão. Por contrapartida, a principal diferença na comparação de personalidade entre grupos etários, acontece em relação à abertura à experiência.

Tabela 6 - Média dos Traços de Personalidade por Grupo Etário

Grupo Etário	Abertura à Experiência	Conscienciosidade	Extroversão	Amabilidade	Neuroticismo
18_24	13,3	15,6	13,0	13,3	11,9
25_34	12,3	16,4	13,5	13,4	11,2
35_44	12,7	16,2	13,7	13,7	10,9
45_54	13,2	16,1	13,6	14,2	10,6
55_65	14,3	15,7	13,7	14,2	10,4

Passando à medição da eficácia política, importa referir que a escala utilizada inclui nove afirmações, em relação às quais os inquiridos revelam o seu nível de concordância utilizando uma escala de cinco pontos (Sarieva, 2018). A média obtida pelos inquiridos no nível de eficácia (recordando que a escala varia entre 9 e 45 pontos) foi de 28,8, tal como é possível observar na Tabela 7.

Tabela 7 - Estatísticas de Escala da Escala de Eficácia Política

Dimensões	Média	Variância	Desvio Padrão	N de itens
Eficácia Total	28,8	26,9	5,2	9

No que diz respeito à comparação das médias na escala da eficácia política, por sexo, dos participantes no inquérito, observa-se que os indivíduos do sexo masculino obtiveram um valor médio de 28,4 – que é inferior ao dos indivíduos do sexo feminino,

que se estabeleceram com um valor médio de 29,1. Assim, pode-se concluir que os cidadãos do sexo masculino apresentaram níveis mais baixos de eficácia política, quando comparados com o sexo feminino, tal como se pode verificar na Tabela 8.

Tabela 8 - Eficácia Política, por Sexo

Sexo	N válido	Média Eficácia Política	Desvio-Padrão
Masculino	731	28,4	5,5
Feminino	779	29,1	4,9

Na Tabela 9, temos as médias de eficácia política obtidas pelos diferentes grupos etários. Neste aspeto, destaca-se o facto do grupo etário mais jovem (dos cidadãos entre os 18 e os 24 anos de idade) ser o que tem uma média mais elevada de eficácia política. Pelo contrário, o grupo etário com a média de eficácia política mais baixa foi o grupo dos indivíduos que têm entre 35 e 44 anos de idade.

Tabela 9 - Eficácia Política por Grupo Etário

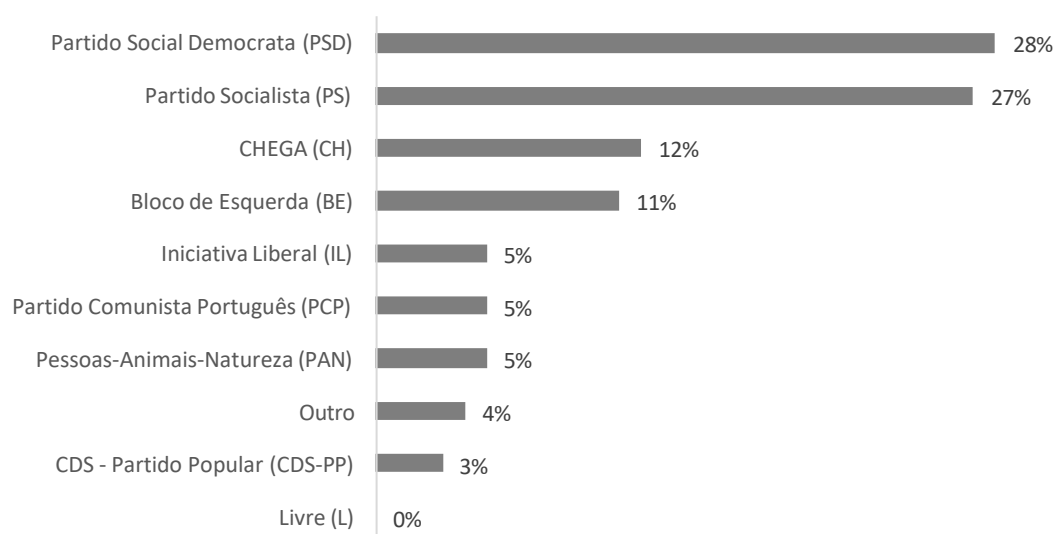
Grupo Etário	N válido	Média Eficácia Política	Desvio-Padrão
18_24	246	30,4	4,9
25_34	249	28,9	4,6
35_44	358	28,1	5,2
45_54	343	28,5	5,2
55_65	314	28,6	5,6

De seguida, passou-se à análise da média de eficácia política comparada entre diferentes situações profissionais, representada na Tabela 10. Neste aspeto, observou-se que o grupo de cidadãos com níveis médios mais elevados de eficácia foram os estudantes (30,9), seguidos dos cidadãos reformados (29,1), dos trabalhadores no ativo (28,6) e dos desempregados (28,2).

Tabela 10 - Média da Eficácia Política por Situação Profissional

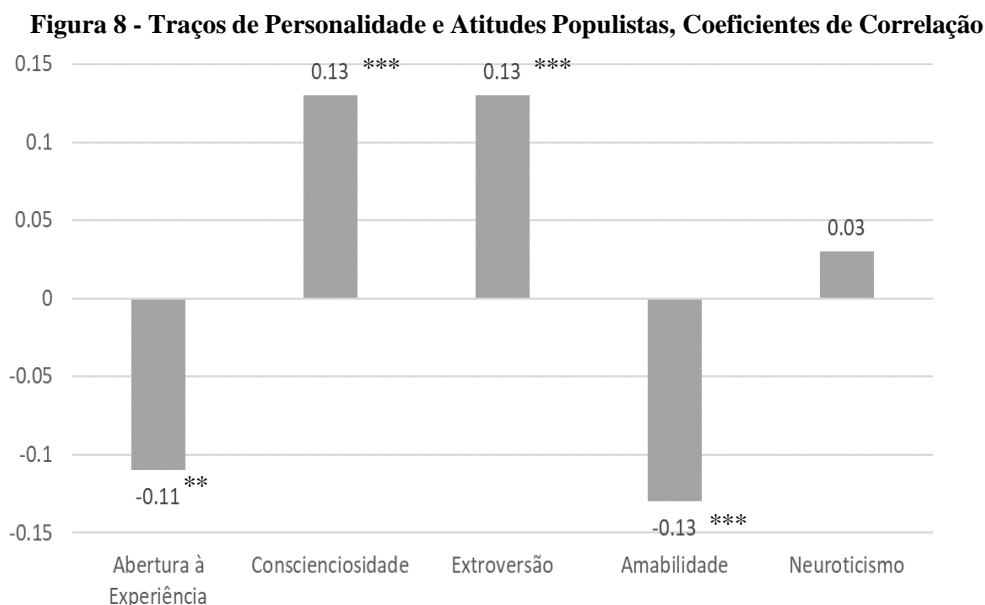
Situação Profissional	N válido	Média Eficácia Política	Desvio-Padrão
Trabalhador no ativo	1100	28,6	5,0
Estudante	147	30,9	5,2
Desempregado	179	28,2	5,7
Reformado	84	29,1	5,8

Para finalizar a componente de estatística descritiva, analisou-se a identificação partidária dos inquiridos. Apenas 456 participantes (que correspondem a 30% da amostra) afirmaram que se sentem próximos de um partido em particular. Através da Figura 7, podemos ver que o Partido Social Democrata foi o partido mais destacado (correspondendo a 28% dos cidadãos). Logo a seguir, destacam-se o Partido Socialista (27%), o Chega (12%) e o Bloco de Esquerda (11%). De seguida, temos a Iniciativa Liberal, o Partido Comunista Português e o partido Pessoas-Animais-Natureza, todos com a mesma percentagem de identificação dos cidadãos inquiridos (5%). Abaixo do limiar de cinco por cento, só se encontram os valores relativos aos partidos sem representação parlamentar (4%), ao CDS-Partido Popular (com apenas 3%), e, finalmente, ao único partido sem identificação de nenhum inquirido, o Livre (0%).

Figura 7 - Proximidade partidária reportada, por partido

4.3. Atitudes Populistas e Traços de Personalidade

Nesta secção analisa-se a relação entre os diferentes traços de personalidade e as atitudes populistas dos cidadãos. Sujeitando todas as variáveis aos testes de normalidade (teste de Kolmogorov-Smirnov e Shapiro-Wilk), conclui-se que não existem variáveis paramétricas. Assim, aplicaram-se cinco análises de correlação entre variáveis, através do teste de Correlação de Spearman. Todos os testes foram elaborados para um intervalo de confiança de 95%.



***A correlação é significativa no nível 0,01 (2 extremidades)
**A correlação é significativa no nível 0,05 (2 extremidades)

Tal como se pode verificar na Figura 8, existe uma relação negativa e estatisticamente significativa entre a abertura à experiência e as atitudes populistas (com um p-value de 0,005). Este resultado permite aceitar a nossa hipótese de estudo H.1a. Assim, quanto maior é a presença deste traço de personalidade num indivíduo, menos atitudes populistas tende a ter. A relação negativa encontrada vai de encontro com a literatura concordando com o que acontece, por exemplo, na Alemanha (Bakker et al., 2016; Landwehr & Steiner, 2017).

A correlação entre conscienciosidade e atitudes populistas (p-value <0,001), sugere que também se confirma a hipótese H.1b. Isso significa que um indivíduo com graus mais elevados de conscienciosidade, tende a ter mais atitudes populistas. Este resultado converge com a clara tendência, presente na literatura, para que haja uma relação

positiva entre as duas variáveis. Um destes exemplos é o estudo de Bakker et al. (2016), onde os autores encontraram uma relação entre elevados níveis de conscienciosidade e o apoio pelo Tea Party (movimento populista de extrema direita nos Estados Unidos da América). O mesmo estudo aponta para uma relação negativa entre a abertura à experiência e as atitudes – à semelhança dos resultados aqui apresentados. Mondak e Halperin (2008) referem a relação inversa a que estes dois traços costumam estar associados, podendo-se confirmar esta teoria no caso português.

Observou-se, também, uma correlação positiva e significativa (p -value $<0,001$) entre as atitudes populistas e o traço de personalidade extroversão, que indica que os indivíduos mais extrovertidos têm uma maior tendência a ter atitudes populistas. Este resultado leva a que se rejeite a hipótese de estudo H.1c, e coloca Portugal no grupo de países onde se identificou uma relação positiva, juntamente com os Estados Unidos, Holanda e Alemanha (Bakker et al., 2016). Os resultados obtidos em relação a este traço apresentam-se, assim, contrários ao esperado. No entanto, Fatke (2019) explica que a extroversão pode fazer com que seja mais provável que um indivíduo leve a cabo ações do seu partido, por ser um traço que aumenta a fidelidade e o compromisso para com uma determinada organização. Este facto pode fazer com que cidadãos mais extrovertidos, que possuam algum tipo de ligação a um partido populista, tenham mais atitudes populistas. Para além disso, a extroversão está associada a cidadãos com níveis mais elevados de participação, que opinam sobre a política regularmente, mas que apresentam graus baixos de conhecimento político (Mondak & Halperin, 2008). Isto pode explicar a relação positiva que as atitudes populistas estabelecem com a extroversão, no caso português.

Em relação à amabilidade, obteve-se uma relação negativa e significativa (p -value $<0,001$), permitindo aceitar a hipótese H.1d. Isto significa que à medida que a presença da amabilidade cresce na personalidade de um indivíduo, a sua tendência para ter atitudes populistas decresce. Este resultado vai de encontro com o esperado, dado que a amabilidade, não só se trata do traço de personalidade mais consensual, como chega a ser considerada incompatível com o ódio próprio do populismo (Mondak & Halperin, 2008). Vários outros estudos que testaram esta relação obtiveram resultados semelhantes, incluindo na Áustria (Aichholzer & Zandonella, 2016), Suíça (Ackerman et al., 2018), e nos Estados Unidos da América, Holanda e Alemanha (Bakker et al., 2016).

Por fim, temos a análise da relação entre as atitudes populistas e o último traço de personalidade, o neuroticismo. Neste caso, os valores obtidos permitem-nos concluir que não estabelece uma relação com as atitudes populistas ($p\text{-value} = 0,373$), rejeitando-se a hipótese H.1e. No que diz respeito aos resultados que outros estudos obtiveram ao estudar a relação entre o neuroticismo e as atitudes populistas, podemos referir que não convergem num cenário claro e coeso. Observou-se, por exemplo, uma relação positiva no Reino Unido e na Alemanha (Fatke, 2019). No entanto, há resultados opostos nos Estados Unidos da América, com uma relação negativa entre o neuroticismo e o apoio ao Tea Party (Bakker et al., 2016). No que toca a Portugal, contudo, não há uma relação entre os cidadãos mais neuróticos, e a sua tendência para ter atitudes populistas.

4.4. Atitudes Populistas e Eficácia Política

Para testar a relação entre as atitudes populistas e o grau de eficácia dos inquiridos, aplicou-se um teste de correlação de Spearman (tendo em conta que ambas as variáveis – eficácia política e atitudes populistas – são de escala, e não-paramétricas). Os resultados, expostos na Tabela 11, permitem concluir que há uma correlação estatisticamente significativa ($p\text{-value} < 0,001$), que explica que as atitudes populistas se relacionam negativamente com os níveis de eficácia política. O que significa que, no contexto português, os indivíduos com níveis mais altos de eficácia, tendem a ter menos atitudes populistas. Posto isto, aceita-se a hipótese de estudo colocada (H.2). Isto significa que, em Portugal, os indivíduos que são mais confiantes na sua capacidade de ação política, na capacidade de ação dos cidadãos como um todo, e que consideram que os políticos estão dispostos a ouvir e a dar resposta às necessidades do povo, têm menos atitudes populistas. Estas conclusões vão de encontro com o estudo de Spruyt et al. (2016), que obteve resultados semelhantes com uma amostra de cidadãos belgas.

Tabela 11 - Correlação entre Atitudes Populistas e Eficácia Política

	Atitudes Populistas	Sig.
Eficácia Política	-0,171**	<0,001

***. A correlação é significativa no nível 0,01 (2 extremidades)

4.5. Atitudes Populistas e Identificação Partidária

De forma a analisar a relação entre os níveis de atitudes populistas dos inquiridos, e a sua identificação partidária, utilizou-se um teste Kruskal-Wallis, representado na Tabela 12. Os resultados obtidos permitem que se identifique uma correlação estatística significativa ($p\text{-value} = 0,023$) para um intervalo de confiança de 95%.

Tabela 12 - Correlação entre Atitudes Populistas e Identificação Partidária

Atitudes Populistas	H de Kruskal-Wallis	Sig.
Identificação Partidária	17,822**	0,023

** . A correlação é significativa no nível 0,05 (2 extremidades)

Contudo, importa notar que esta relação não se expressa na comparação da média de atitudes populistas entre os cidadãos com, e sem identificação partidária, apresentada na Tabela 13. Isto significa que, com base nos resultados obtidos, esta correlação entre as duas variáveis não se espelha nas diferenças das médias obtidas, mas sim nas médias por partido específico.

Tabela 13 - Média das Atitudes Populistas por Identificação Partidária

Identificação Partidária	N	Atitudes (média)	Desvio-Padrão
Sim	456	21,1	4,0
Não	1054	21,1	3,9

Observando a Tabela 14, que representa a média de pontuações na escala de atitudes populistas, por partido; podemos concluir que o Chega apresenta a média mais elevada. Este facto permite aceitar a hipótese de estudo H.3a, de que os indivíduos que se identificam com este partido, tendem a ter mais atitudes populistas. Logo de seguida, com o segundo valor médio mais elevado, encontramos o PCP, sendo que este resultado também se encontra entre os esperados. No entanto, o facto do BE ter obtido a média mais baixa de atitudes populistas entre todos os partidos, leva a que se rejeite a H.3b. Assim, conclui-se que em Portugal, apenas fica claro que os cidadãos com atitudes

populistas se tendem a identificar com o único partido que pode ser considerado claramente populista – o Chega (Santana-Pereira & Cancela, 2020).

Tabela 14 - Média das Atitudes Populistas por Identificação Partidária

Partido	N	Atitudes (média)	Desvio-Padrão
CDS - Partido Popular (CDS-PP)	13	20,5	3,1
Partido Comunista Português (PCP)	22	21,8	4,0
Partido Social Democrata (PSD)	131	20,8	3,4
Bloco de Esquerda (BE)	49	20,4	4,3
CHEGA (CH)	54	23,0	4,2
Iniciativa Liberal (IL)	24	21,5	4,5
Partido Socialista (PS)	122	20,6	4,1
Pessoas-Animais-Natureza (PAN)	22	20,9	3,3
Outro	19	21,3	4,9

4.6. Atitudes Populistas e Participação Eleitoral

De forma a analisar as diferenças das médias entre os cidadãos que participam eleitoralmente e os que se abstêm, analisou-se a participação eleitoral dos inquiridos em dois momentos distintos: nas eleições Legislativas de 2022, e nas eleições Europeias em 2019. Os resultados, que se apresentam na Tabela 15, sugerem que os cidadãos que se abstêm tendem a apresentar mais atitudes populistas – embora as diferenças possam não ser estatisticamente significativas.

Tabela 15 - Média da Atitudes Populistas por Participação Eleitoral

Participação Eleitoral	N válido	Atitudes (média)	Desvio-Padrão
Votou nas Legislativas 2022	1172	20,9	4,0
Não Votou nas Legislativas 2022	338	21,6	3,9
Votou nas Europeias 2022	952	21,1	3,9
Não Votou nas Europeias 2022	443	21,4	4,0

4.7. Atitudes Populistas e Características Sociodemográficas

Na Tabela 16 podemos observar que a correlação entre as atitudes populistas e a situação profissional dos cidadãos é significativa (p-value <0,001). Ou seja, que existem diferenças na tendência para ter atitudes populistas, dependendo da ocupação profissional dos cidadãos em questão.

Tabela 16 – Correlação entre Atitudes Populistas e Ocupação dos Inquiridos

Atitudes Populistas	H de Kruskal-Wallis	p-value
Ocupação	45,402***	<0,001

***. A correlação é significativa no nível 0,01 (2 extremidades)

Para clarificar estas diferenças, examinaram-se as médias das atitudes por situação profissional específica. Dentro dos vários grupos analisados, representados na Tabela 17, os cidadãos **reformados são os que apresentam uma pontuação média mais elevada na escala de atitudes populistas, seguidos pelos trabalhadores no ativo, pelos desempregados, e por fim, pelos estudantes. Este resultado leva a que se rejeite a H.4a, tendo em conta que se esperava que os cidadãos em situação de desemprego fossem os que tendessem a ter mais atitudes populistas, dada a situação social em que se encontram. Ou seja, ao contrário do que tinha sido hipotizado (H.4a), os desempregados não apresentaram níveis mais elevados na escala de populismo, comparativamente aos restantes grupos.**

Este resultado coincide com o do estudo de Santana-Pereira e Cancela (2020), que se apoiam na ideia de Kriesi et al. (2006), de que a globalização criou um conflito entre os que dela beneficiaram, e os restantes cidadãos – originando o conceito de “*winner and losers of globalization*” (p.922). Com base nesta teoria, Santana-Pereira e Cancela (2020) esperavam que os cidadãos desempregados fossem mais propícios a atitudes populistas devido a poderem sentir alguma raiva relacionada com a sua posição social. No entanto, e à semelhança do concluído pelos autores, esta teoria não se confirmou no presente estudo.

Tabela 17 - Média das Atitudes Populistas por Situação Profissional

Situação Profissional	N	Atitudes (média)	Desvio-Padrão
Trabalhador no ativo	1100	21,3	3,9
Estudante	147	19,1	3,4
Desempregado	179	20,9	4,1
Reformado	84	22,3	4,2

No que diz respeito à correlação entre as atitudes populistas e os diferentes sexos dos inquiridos, exibida na Tabela 18, podemos concluir que é estatisticamente significativa (p-value <0,001). Existe, de facto, uma diferença entre os níveis de atitudes populistas de cidadãos do sexo masculino e feminino.

Tabela 18 - Correlação entre Atitudes Populistas e o Sexo dos Inquiridos

Atitudes Populistas	U de Mann-Whitney	p-value
Sexo dos Participantes	216282,500***	<0,001

***. A correlação é significativa no nível 0,01 (2 extremidades)

No caso da amostra analisada, os cidadãos do sexo masculino obtiveram valores médios mais altos na escala de atitudes populistas, quando comparados com os do sexo feminino, tal como se pode verificar na Tabela 19. Assim, aceita-se a hipótese de estudo

H.4b, tendo em conta que se conclui que os indivíduos do sexo masculino tendem a ter mais atitudes populistas. Estes resultados são concordantes com o estudo de Elchardus e Spruyt (2016), que analisaram o caso da Bélgica.

Tabela 19 - Média das Atitudes Populistas por Sexo

Sexo	N	Atitudes (média)	Desvio-Padrão
Masculino	731	21,9	4,0
Feminino	779	20,3	3,7

No que diz respeito à relação entre as atitudes populistas e a idade dos cidadãos portugueses, representada na Tabela 20, podemos observar que existe uma correlação estatística positiva (p-value <0,001). Este resultado demonstra, assim, que as atitudes populistas tendem a aumentar à medida que a idade do grupo etário em questão também aumenta.

Tabela 20 - Correlação entre Atitudes Populistas e os Grupos Etários

Atitudes Populistas	H de Kruskal-Wallis	p-value
Grupos Etários	20,918***	<0,001

***. A correlação é significativa no nível 0,01 (2 extremidades)

A tendência para os cidadãos mais velhos terem mais atitudes populistas, espelha-se na comparação das médias obtidas, por grupo etário, presente na Tabela 21. Assim, aceita-se a hipótese H.4c, concluindo que os indivíduos mais velhos tendem a ter mais atitudes populistas - tal como Santana-Pereira e Cancela (2020) concluíram acerca do caso português, e Kaltwasser & Hauwaert (2020) concluíram acerca de outros dez países europeus.

Tabela 21 - Média das Atitudes Populistas por Grupo Etário

Grupo Etário	N	Atitudes (média)	Desvio-Padrão
18-24	246	19,6	3,3
25-34	249	20,6	3,7

35-44	358	21,0	4,0
45-54	343	21,6	4,0
55-65	314	22,1	4,1

Entre as atitudes e o nível de escolaridade formal dos inquiridos, também existe uma relação positiva (p-value <0,001). Com base nos resultados expostos na Tabela 22, é possível concluir que as atitudes populistas variam em sentido contrário ao da educação – o que significa que os indivíduos com um menor grau de educação, tendem a ter mais atitudes populistas.

Tabela 22 - Correlação entre Atitudes Populistas e Graus de Escolaridade

Atitudes Populistas	H de Kruskal-Wallis	p-value
Graus de Escolaridade	41,462***	<0,001

***. A correlação é significativa no nível 0,01 (2 extremidades)

Observando a Tabela 23, verifica-se que os cidadãos inquiridos com a média mais elevada de atitudes populistas, são os que têm o ensino primário (23,6). Esta relação positiva entre as duas variáveis coincide com o estudo do caso belga, de Spruyt et al. (2016). Assim, aceita-se a hipótese de estudo H.4d, concluindo que os cidadãos portugueses com um grau de escolaridade mais baixo, tendem a ter mais atitudes populistas.

Tabela 23 - Média das Atitudes Populistas por Grau de Escolaridade

Grau de Escolaridade	N	Média	Desvio-Padrão
Sem estudos	3	15,3	3,0
Escola Primária	5	23,6	2,1
6ª Classe / 6º ano	14	21,4	3,9
Ciclo Preparatório	8	23,0	5,0
5º ano antigo	16	21,1	4,2
Escola Industrial/Comercial	6	20,7	3,4

7º, 8º, 9º ano unificados	80	22,6	3,9
7º ano antigo/ propedêutico	26	21,0	3,9
10º, 11º, 12º unificados	403	21,7	3,9
Cursos de 2/3 anos com início a seguir ao 5ª/9ª anos	38	20,8	4,1
Faculdade (completa ou incompleta)	693	20,6	3,8
Cursos com início a seguir ao 11ª/12ª anos unificados ou 7ª ano antigo	37	22,1	3,7
Mestre	155	20,3	4,2
Doutorado	26	20,9	5,1

4.8. Atitudes populistas e Traços de Personalidade: Modelos de Regressão Linear

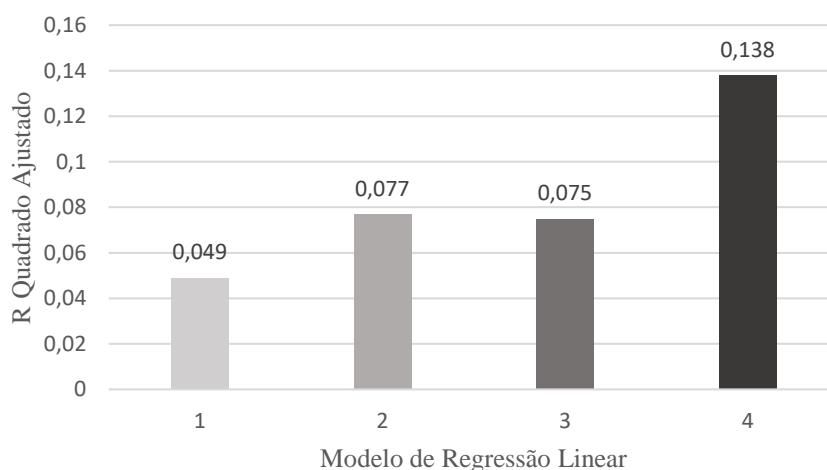
Por fim, procedeu-se a uma análise estatística que procura compreender mais profundamente a relação entre as atitudes populistas e os traços de personalidade dos cidadãos portugueses, controlando-a em função das várias variáveis independentes supramencionadas. Para este fim, começou-se por construir quatro modelos de regressão linear.

O primeiro, servindo de modelo base, inclui apenas a variável dependente (atitudes populistas) e os cinco traços de personalidade como variáveis independentes. De seguida, incluíram-se as restantes variáveis independentes à análise, dando origem a modelos mais completos. No segundo modelo de regressão linear, adicionou-se a componente da eficácia política. Para o terceiro modelo, o mesmo método foi utilizado para incluir a variável independente referente à existência, ou não, de uma identificação partidária. Por fim, o quarto e último modelo alberga todas as variáveis anteriores, e as características sociodemográficas dos cidadãos.

Analisando os dados estatísticos dos quatro modelos, podemos concluir que as adições das variáveis independentes, significaram um ganho em termos explicativos da variável dependente. Através da análise da Figura 9, que compara os valores de “R quadrado ajustado” obtidos, vemos que o primeiro modelo era capaz de explicar apenas 4,9% da variação das atitudes populistas dos cidadãos. Este valor sobe para 7,7% no segundo

modelo, adicionando-se a eficácia política como variável explicativa; e passa para 7,5% no terceiro modelo, inserindo-se a componente de identificação partidária, para além dos traços de personalidade e da eficácia política. Por fim, com a adição das características sociodemográficas dos cidadãos, o último modelo é capaz de explicar 13,8% da variação das atitudes populistas. Os resultados demonstraram, também, a ausência de multicolinearidade em todos os modelos elaborados. Posto isto, podemos referir que as variáveis independentes melhoraram, consideravelmente, a explicação da variável dependente (atitudes populistas).

Figura 9 - R Quadrado Ajustado por Modelo de Regressão



Olhando para a Tabela 24, podemos destacar as variáveis que se apresentam como mais explicativas em cada um dos modelos. No primeiro modelo, que inclui apenas as atitudes populistas e os traços de personalidade, podemos observar que quatro (dos cinco) traços de personalidade são significativos. Estes dados confirmam a relevância da personalidade na explicação da variação das atitudes populistas dos cidadãos. Apenas o neuroticismo apresentou valores estatisticamente insignificantes. Importa notar, no entanto, que a conscienciosidade ($p\text{-value} = 0,069$) só é significativa para um intervalo de confiança de 90%. Contudo, a abertura à experiência ($p\text{-value} = 0,033$), a amabilidade ($p\text{-value} = 0,024$) e a extroversão ($p\text{-value} = 0,024$) obtiveram valores que permitem aceitar os resultados para um intervalo de confiança de 95%. Destaca-se, ainda, a extroversão, como a variável mais explicativa (coeficiente padronizado de beta mais elevado) do modelo.

Tabela 24 – Determinantes das atitudes populistas, coeficientes de regressão

Variáveis	Modelo 1	Modelo 2	Modelo 3	Modelo 4
Traços de personalidade				
Abertura à Experiência	-2,134** (0,033)	-1,820* (0,070)	-1,859* (0,064)	-1,750* (0,081)
Conscienciosidade	1,826* (0,069)	2,048** (0,041)	2,057** (0,040)	2,752** (0,006)
Extroversão	2,269** (0,024)	2,394** (0,017)	2,349** (0,019)	2,160** (0,031)
Amabilidade	-2,207** (0,028)	-2,030** (0,043)	-2,021** (0,044)	-1,793* (0,074)
Neuroticismo	1,080 (0,281)	1,010 (0,313)	0,983 (0,326)	2,168** (0,031)
Eficácia				
Eficácia Política		-3,547*** (<0,001)	-3,581*** (<0,001)	-2,890** (0,004)
Identificação partidária				
Identificação Partidária			-0,518 (0,605)	0,198 (0,843)
Características Sociodemográficas				
Sexo				-3,288*** (0,001)
Idade				3,487*** (<0,001)
Grau de Escolaridade				-0,963 (0,336)
Situação Profissional				-0,324 (0,746)
N	266	266	266	266
R2	0,061	0,091	0,092	0,162
R2 ajustado	0,049	0,077	0,075	0,138

***. A correlação é significativa no nível 0,01 (2 extremidades)

** . A correlação é significativa no nível 0,05 (2 extremidades)

*. A correlação é significativa no nível 0,1 (2 extremidades)

O segundo modelo, que introduz a variável eficácia política, permite destacar cinco variáveis estatisticamente significativas. Para um intervalo de confiança de 90%, temos

o traço de personalidade abertura à experiência (p-value =0,070) – perdendo destaque em relação à posição que ocupava no primeiro modelo de regressão. Já se considerarmos um intervalo de confiança de 95%, observamos que a conscienciosidade (p-value =0,041), a amabilidade (p-value =0,043) e a extroversão (p-value =0,017) se destacam como significativas, sendo que esta última continua a ser o traço de personalidade mais explicativo. No entanto, a variável mais explicativa deste modelo de regressão linear, com o coeficiente de teste mais elevado, e mais significativa (para um intervalo de confiança de 99%), é a eficácia política (p-value <0,001). Tal sugere que as atitudes populistas tendem a surgir entre os indivíduos que apresentam graus de eficácia política mais baixos.

No terceiro modelo, introduz-se a identificação partidária dos inquiridos. Desta feita, vemos uma ligeira quebra na explicabilidade do modelo de regressão. Contudo, se analisarmos cada variável incluída no modelo, observa-se que as variáveis significativas não se alteram em relação ao modelo 2. Ou seja, a abertura à experiência (p-value =0,064), bem como a conscienciosidade (p-value =0,040), a amabilidade (p-value =0,044), a extroversão (p-value =0,019) e a eficácia política (p-value <0,001) mantêm-se significativas para os mesmos intervalos de confiança. Estes resultados levam a que se conclua que a identificação partidária (p-value =0,605) não se pode considerar como um bom preditor das atitudes populistas. Isto significa que o facto de um cidadão português se sentir próximo de um partido em específico, não influencia a sua tendência para desenvolver atitudes populistas. Assim, considera-se que o segundo modelo de regressão não beneficia da introdução desta variável. Partindo deste ponto, optou-se por construir o quarto modelo de regressão linear como previsto, comparando-o posteriormente, a um quinto modelo – que inclui todas as variáveis em estudo, exceto a identificação partidária.

O quarto modelo introduz as variáveis de controlo sociodemográfico, construindo o modelo de regressão linear mais completo, por incluir todas as variáveis independentes que se utilizaram na análise estatística. Olhando para os seus coeficientes, vemos que a amabilidade (p-value =0,074) e a abertura à experiência (p-value = 0,081) são as únicas variáveis significativas para um intervalo de confiança de 90%. De seguida, destacam-se quatro variáveis significativas para um intervalo de confiança de 95% - a extroversão (p-value =0,031), a conscienciosidade (p-value =0,006), a eficácia política (p-value =0,004), e o neuroticismo (p-value =0,031), sendo que este último só aparece como uma variável significativa a partir deste modelo.

Finalmente, considerando um intervalo de confiança de 99%, pode-se destacar o papel importante do sexo dos participantes (p-value =0,001) como variável explicativa; bem como do melhor preditor da variação das atitudes populistas neste modelo, o grupo etário a que um determinado indivíduo pertence (p-value <0,001).

A análise dos modelos de regressão passou, ainda, pela construção de um quinto modelo, que inclui todas as variáveis, à exceção da identificação partidária - dado que a sua introdução constituiu a única queda na explicabilidade (do modelo 2 para o modelo 3). O modelo 5, representado na Tabela 25, obteve um R quadrado ajustado (0,140), que se traduz numa explicabilidade de 14% da variação das atitudes populistas. Tendo em conta que o modelo 4 possui uma explicabilidade inferior, de 13,8%, considera-se que a identificação partidária dos indivíduos não deve ser incluída na análise dos níveis das atitudes populistas, considerando-se o modelo 5 como o modelo de regressão linear definitivo.

Tabela 25 - Coeficientes de Regressão Modelo Final

Variáveis Modelo 5	Coefficiente	Significância
Traços de personalidade		
Abertura à Experiência	-1,778*	(0,076)
Conscienciosidade	2,757**	(0,006)
Extroversão	2,155**	(0,032)
Amabilidade	-1,794*	(0,074)
Neuroticismo	2,162**	(0,031)
Eficácia		
Eficácia Política	-2,952**	(0,003)
Características Sociodemográficas		
Sexo	-3,287***	(0,001)
Idade	3,487***	(<0,001)
Grau de Escolaridade	-0,968	(0,336)
Situação Profissional	-0,325	(0,746)
N	266	
R2	0,162	
R2 ajustado	0,140	

***. A correlação é significativa no nível 0,01 (2 extremidades)

** . A correlação é significativa no nível 0,05 (2 extremidades)

*. A correlação é significativa no nível 0,1 (2 extremidades)

Olhando para os coeficientes do modelo 5, vemos que a amabilidade (p-value =0,074) e a abertura à experiência (p-value = 0,076) são as únicas variáveis que só são significativas para um intervalo de confiança de 90%. O destaque da amabilidade neste modelo de regressão ecoa os resultados obtidos na Áustria (Aichholzer & Zandonella, 2016), Suíça (Ackerman et al., 2018), e nos Estados Unidos da América, Holanda e Alemanha (Bakker et al., 2016). Esta observação permite deduzir que os indivíduos com uma personalidade mais cooperativa, gentil e altruísta, têm menos atitudes populistas.

Já o papel significativo da abertura à experiência, concorda com os resultados obtidos acerca do caso alemão, onde se averiguou a existência de uma relação negativa entre este traço de personalidade e as atitudes populistas (Bakker et al., 2016; Landwehr & Steiner, 2017). Sugere-se, assim, que os cidadãos com mais facilidade em aceitar mudanças e mais recetivos a novas ideias, têm um menor grau de atitudes populistas.

De seguida, destacam-se duas variáveis significativas para um intervalo de confiança de 95%. A primeira é a extroversão (p-value =0,032), dando origem à conclusão de que os cidadãos mais extrovertidos são mais populistas – o que se pode explicar devido aos seus graus elevados de vontade participativa estarem aliados a um conhecimento político pouco profundo (Mondak & Halperin, 2008). O modelo indica, sendo assim, que Portugal tem resultados semelhantes aos dos Estados Unidos, Holanda e Alemanha (Bakker et al., 2016). O que significa que os cidadãos portugueses mais participativos e opinativos, tendem a concordar mais com ideais populistas.

Em segundo lugar, destaca-se o neuroticismo, que apenas aparece como uma variável significativa nos últimos dois modelos. Tal sugere a existência de uma relação positiva entre este traço de personalidade e as atitudes populistas. Ou seja, os indivíduos mais neuróticos, tendem a possuir mais atitudes populistas, tal como se tinha avançado na H.1e. Assim, constata-se que existe uma relação positiva, à semelhança do que Fatke (2019) observou no Reino Unido e na Alemanha – o que denota que os indivíduos com mais tendência para experienciar sentimentos negativos, e a sofrerem de distúrbios psicológicos, tendem a ter mais atitudes populistas.

Observa-se, ainda, que quatro variáveis se mostraram significativas para um intervalo de confiança de 95%. A primeira destas variáveis, é também o traço de personalidade mais significativo, a conscienciosidade (p-value =0,006), concordando com o estudo de Bakker et al. (2016), que destacou o papel deste traço de personalidade no caso dos

Estados Unidos da América. Com este resultado, constata-se que os indivíduos que cultivam um forte sentido de trabalho e de responsabilidade, e que advogam punições mais severas para infratores da lei, têm mais atitudes populistas. Tendo em consideração apenas o efeito dos Big Five, conclui-se que o traço de personalidade mais eficaz na previsão das atitudes populistas dos cidadãos em Portugal é a conscienciosidade.

De seguida, temos a eficácia política (p-value =0,003), indo de encontro ao caso da Bélgica, explorado no estudo de Spruyt et al. (2016). Isto significa que os cidadãos que não se sentem capazes de fazer a diferença no processo político, quer individualmente quer em grupo, apoiam mais o populismo em Portugal.

Finalmente, pode-se destacar que as duas variáveis mais explicativas, são duas características sociodemográficas. A primeira, com uma relação negativa, é o sexo dos participantes (p-value =0,001). Neste aspeto, Portugal enquadra-se no conjunto de países em que os cidadãos do sexo masculino tendem a ser mais populistas, como acontece na Bélgica (Elchardus & Spruyt, 2016). Rovira Kaltwasser e Van Hauwaert (2020), no seu estudo das atitudes populistas em quinze países diferentes, explica que esta relação está presente por toda a Europa, tendo confirmado estes resultados em dez países europeus. E por último, com base na análise elaborada, o melhor preditor da variação das atitudes populistas dos cidadãos portugueses, é o grupo etário a que pertencem (p-value <0,001). Assim, observa-se que esta variável se relaciona positivamente com o populismo, e corresponde ao coeficiente mais elevado do modelo de regressão. Este resultado, não só corrobora a conclusão de Kaltwasser e Hauwaert (2020), que afirmaram que os cidadãos mais velhos tendiam a ter mais atitudes populistas nos dez países europeus que testaram; como também a conclusão de Santana-Pereira e Cancela (2020), que incide no caso português. Tal como os autores destes dois estudos explicam, estes resultados ecoam a teoria de que o populismo afeta mais as pessoas que se sentem prejudicadas com a sua posição social atual – o que Kriesi et al. (2006) denominou de *“losers of globalization”* (p.922). No caso de Portugal, isto significa que os cidadãos mais velhos (nomeadamente os reformados) do sexo masculino, têm mais atitudes populistas, porque tendem a considerar que a sua posição social não é benéfica, e que ficaram a perder com as mudanças recentes no paradigma social mundial.

Capítulo 5: Conclusões

O presente estudo pretendeu compreender a relação entre as atitudes populistas e os traços de personalidade dos cidadãos portugueses, tendo em conta que o populismo continua a carecer de uma compreensão mais aprofundada no âmbito da sua vertente individual. O caso de estudo escolhido, Portugal, foi apontado como uma exceção durante vários anos, por não ter representação populista no seu parlamento até 2019, contrariando a tendência europeia (e mundial).

Numa primeira fase, analisaram-se as relações entre as atitudes populistas e os traços de personalidade, através de uma análise bivariada. Entre as conclusões destacam-se as correlações negativas das atitudes populistas com a abertura à experiência e amabilidade - permitindo aceitar as hipóteses colocadas (H.1a e H.1d). Por outro lado, observaram-se correlações positivas entre a variável dependente e a conscienciosidade (H.1b). Dentro dos traços de personalidade, apenas a extroversão apresentou resultados contrários ao hipotizado (H.1c), estabelecendo uma correlação positiva com as atitudes populistas. Por fim, o neuroticismo constituiu-se como o único traço não correlacionado com as atitudes populistas, rejeitando-se a hipótese de estudo H.1e.

Isto significa que os portugueses que aceitam mudanças com mais facilidade, procuram novas experiências, e são mais curiosos, tendem a ser menos populistas. O mesmo se pode dizer acerca dos indivíduos mais simpáticos, gentis e cooperativos. Por outro lado, os cidadãos que atribuem muita importância ao sentido de responsabilidade e que tendem a ser mais avessos ao risco, a apoiar mais o populismo e a concordar com os seus ideais. O mesmo acontece com os portugueses mais extrovertidos – possivelmente devido aos seus níveis elevados de vontade participativa, aliado a um conhecimento político pouco profundo.

Numa segunda parte, foram introduzidas várias outras variáveis independentes, tendo-se encontrado uma correlação negativa entre as atitudes populistas e a eficácia política, e uma correlação significativa entre as atitudes populistas e a identificação com diferentes partidos. Estes resultados permitiram que se aceitassem as hipóteses H.2 e H.3a, relativas à eficácia política e à identificação partidária, respetivamente. Contudo, a relação entre os indivíduos que se identificam com partidos que apresentam discursos

populistas, e graus mais elevados de atitudes populistas, não se mostrou clara – levando à rejeição da hipótese H.3b.

Em termos práticos, este conjunto de resultados significa que os portugueses com mais atitudes populistas tendem a identificar-se com o Chega, e a acreditar na necessidade de haver um líder carismático que os defenda e que lute pelos seus interesses. Isto, tendo em conta que o seu baixo nível de eficácia política se traduz na crença de que o seu esforço participativo não surte efeito na política nacional.

Por fim, observou-se que as características sociodemográficas testadas, são todas significativamente relevantes. Assim, conclui-se que os cidadãos portugueses mais populistas são do sexo masculino, tendem a ser mais velhos, e têm graus de escolaridade mais reduzidos – o que permite aceitar as hipóteses H.4b, H.4c e H.4d. No entanto, concluiu-se que os reformados são o grupo com mais atitudes populistas, quando comparados com outras ocupações profissionais, rejeitando-se a ideia de que seriam os desempregados a ter mais atitudes populistas (H.4a).

Na última fase de testagem, a construção de modelos de regressão permitiu perceber até que ponto é que os traços de personalidade continuavam a ser relevantes na previsão dos níveis de atitudes populistas, quando a análise era controlada. Assim, constatou-se, não só que as variáveis de controlo permitiram que se aumentasse consideravelmente a explicabilidade da variável dependente, como também que os traços de personalidade continuam a ser significativos nos modelos de regressão linear. Destacando-se, em particular, o quinto modelo, conclui-se que todos os traços são significativos para a explicação das atitudes populistas dos portugueses

Com estes resultados, constata-se que as variáveis imutáveis, como é o exemplo dos traços de personalidade, são relevantes para a explicação do apoio ao populismo em Portugal. O que indica que um indivíduo pode possuir algum tipo de predisposição na sua personalidade, que o torne mais propício a apoiar o populismo. Posto isto, torna-se possível fazer uma análise à personalidade dos mais populistas, destacando o peso dos Big Five.

Assim, conclui-se que os portugueses mais populistas se caracterizam por serem extrovertidos, opinando frequentemente sobre os assuntos que vão estando na agenda política, e procurando oportunidades para se fazerem ouvir. Isto significa que estes

cidadãos gostam de trabalhar numa lógica de cooperação para atingir os seus objetivos, e não se intimidam com a possibilidade de terem de tomar decisões difíceis.

Para além disso, os cidadãos mais populistas são menos solidários e altruístas, e tentam controlar todas as dimensões da sua vida, com o objetivo de minimizar a quantidade de risco envolvido no seu dia a dia. Esta combinação de características demonstra que procuram participar na política com o objetivo de minimizar o risco que correm (quer seja real ou prospetivado), sem se preocuparem com a sua interação com os outros – o que leva a uma maior hostilidade e à preferência por soluções simples e rápidas. Posto isto, é possível perceber que, para estes cidadãos, é mais importante que os problemas se resolvam rapidamente (para que se sintam mais seguros), do que propriamente que se discuta o modo como se resolve uma determinada questão, ou até mesmo que se perceba quem sai prejudicado com a mesma.

Este grupo de indivíduos é, ao mesmo tempo, muito avessos a novas experiências, alicerçando as suas opiniões em dogmas e no conservadorismo. Tratam-se de pessoas, geralmente trabalhadoras, que desenvolvem um sentido de responsabilidade muito profundo. São, por isso, muito defensores de sistemas fortemente regrados, e com punições severas para os infratores. Por fim, importa destacar que se tratam de indivíduos mais propício a desequilíbrios mentais, e que experienciam níveis mais elevados de sentimentos negativos, como o stress, a ansiedade, e o medo.

Esta análise da personalidade, permite concluir que, quando não se sentem seguros no seu dia a dia, os cidadãos mais populistas advogam (de forma audível e participativa) a imposição de regras mais fortes. Tratam-se de pessoas muito conduzidas pelo medo, tentando controlar todas as variáveis ao seu alcance para não se sentirem inseguras. Isto implica que defendam políticas radicais, na tentativa de acelerar o processo de resolução dos problemas que identificam.

Para além disso, o modelo de regressão final, permite que se conclua que a eficácia política é determinante na análise das atitudes populistas dos cidadãos portugueses. Os indivíduos mais populistas são, assim, os que não acreditam na sua capacidade de influência na política, podendo-se sentir mal representados, ou distanciados da tomada de decisões - o que significa que há a possibilidade dos políticos e partidos portugueses trabalharem no sentido de reduzir as atitudes populistas dos eleitores, procurando aumentar a sua eficácia política.

Por fim, constata-se que as características sociodemográficas desempenham um papel importante na explicação do apoio ao populismo, nomeadamente no que diz respeito ao sexo dos indivíduos, e à sua idade. Conclui-se, assim, que existem padrões sociais que explicam o populismo em Portugal, sendo que os portugueses mais populistas são mais velhos, e do sexo masculino.

Futuramente, este tipo de análise pode beneficiar de um acompanhamento a médio e longo prazo. Assim, seria possível perceber, por exemplo, se os períodos de maior instabilidade política levam a alterações consideráveis na personalidade e nas atitudes populistas dos cidadãos.

Referências

- Abromeit, J. (2017). A critical review of recent literature on populism. *Politics and Governance*, 5(4), 177-186. <https://doi.org/10.17645/pag.v5i4.1146>
- Ackermann, K., Zampieri, E., & Freitag, M. (2018). Personality and Voting for a Right-Wing Populist Party – Evidence from Switzerland. *Swiss Political Science Review*, 24(4), 545–564. <https://doi.org/10.1111/SPSR.12330>
- Adorno, T. W., Frenkel-Brunswik, Else, Levinson, D. J., & Sanford, R.N. (1950). *The authoritarian personality*. New York: Harper.
- Aichholzer, J., & Zandonella, M. (2016). Psychological bases of support for radical right parties. *Personality and Individual Differences*, 96, 185–190. <https://doi.org/10.1016/J.PAID.2016.02.072>
- Akkerman, A., Mudde, C., & Zaslove, A. (2014). How Populist Are the People? Measuring Populist Attitudes in Voters. *Comparative Political Studies*, 47(9), 1324–1353. <https://doi.org/10.1177/0010414013512600>
- Arzheimer, K. (2009). Contextual factors and the extreme right vote in Western Europe, 1980-2002. *American Journal of Political Science*, 53(2), 259–275. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5907.2009.00369.x>
- Bakker, B. N., Rooduijn, M., & Schumacher, G. (2016). The psychological roots of populist voting: Evidence from the United States, the Netherlands and Germany. *European Journal of Political Research*, 55 (2), 302–320. <https://doi.org/10.1111/1475-6765.12121>
- Bakker, B. N., Schumacher, G., & Rooduijn, M. (2021). The Populist Appeal: Personality and Antiestablishment Communication. *The Journal of Politics*, 83(2), 589–601. <https://doi.org/10.1086/710014>
- Balch, G. I. (1974). Multiple Indicators in Survey Research: The Concept “Sense of Political Efficacy”. *Political Methodology*, 1(2), 1–43. Retrieved from: <https://www.jstor.org/stable/25791375?refreqid=excelsior%3Af0743b8ec19c91c937987078ca8bdc45&seq=1>

- Balta, E., Kaltwasser, C. R., & Yagci, A. H. (2022). Populist attitudes and conspiratorial thinking. *Party Politics*, 28(4), 625–637. <https://doi.org/10.1177/13540688211003304>
- Bertoquini, V., & Pais-Ribeiro, J. (2006). Estudo de formas muito reduzidas do Modelo dos Cinco Factores da Personalidade. *Psychologica*, 43, 193-210. <https://www.researchgate.net/publication/310458188>
- Bos, L., van der Brug, W., & de Vreese, C. (2011). How the Media Shape Perceptions of Right-Wing Populist Leaders. *Political Communication*, 28(2), 182–206. <https://doi.org/10.1080/10584609.2011.564605>
- Bos, L., Van Der Brug, W., & De Vreese, C. H. (2012). An experimental test of the impact of style and rhetoric on the perception of right-wing populist and mainstream party leaders. *Acta Politica* 2012, 48(2), 192–208. <https://doi.org/10.1057/AP.2012.27>
- Brubaker, R. (2017). Between nationalism and civilizationism: the European populist moment in comparative perspective. *Ethnic and Racial Studies*, 40(8), 1191–1226. <https://doi.org/10.1080/01419870.2017.1294700>
- Caeiro, M. (2020). Media and Populism: In search of the roots of the exceptionality of the Portuguese case. *Relações Internacionais*, special issue, 101-114. <https://doi.org/10.23906/ri2020.sia07>
- Campbell, A., Gurin, G. & Miller, W. E. (1954). *The voter decides*. Row, Peterson, and Co.. Retrieved from: <https://psycnet.apa.org/record/1955-00778-000>
- Canovan, M. (1984). ‘People’, Politicians and Populism. *Government and Opposition*, 19(3), 312–327. <https://doi.org/10.1111/J.1477-7053.1984.TB01048.X>
- Canovan, M. (1999). Trust the people! populism and the two faces of democracy. *Political Studies*, 47(1), 2–16. <https://doi.org/10.1111/1467-9248.00184>
- Caprara, G. V., & Zimbardo, P. G. (2004). Personalizing politics: A congruency model of political preference. *American Psychologist*, 59(7), 581-594. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.59.7.581>

- Castanho Silva, B., Jungkunz, S., Helbling, M., & Littvay, L. (2020). An Empirical Comparison of Seven Populist Attitudes Scales. *Political Research Quarterly*, 73(2), 409–424. <https://doi.org/10.1177/1065912919833176>
- Costa, P. T., McCrae, R. R., & Dye, D. A. (1991). Facet scales for agreeableness and conscientiousness: A revision of the NEO personality inventory. *Personality and Individual Differences*, 12(9), 887–898. [https://doi.org/10.1016/0191-8869\(91\)90177-D](https://doi.org/10.1016/0191-8869(91)90177-D)
- De Giorgi, E., & Cancela, J. (2021). The Portuguese Radical Left Parties Supporting Government: From Policy-Takers to Policymakers? *Government and Opposition*, 56(2), 281–300. <https://doi.org/10.1017/gov.2019.25>
- De Giorgi, E., & Santana-Pereira, J. (2020). The Exceptional Case of Post-Bailout Portugal: A Comparative Outlook. *South European Society and Politics*. Routledge, 25(2), 127-150. <https://doi.org/10.1080/13608746.2021.1872152>
- Digman, J. M. (1990). Personality structure: emergence of the five-factor model. *Annual Review of Psychology*, 41(1), 417–440. <https://doi.org/10.1146/annurev.ps.41.020190.002221>
- Dorris, R. J., Levinson, D. J., & Hanfmann, E. (1954). Authoritarian personality studies by a new variation of the sentence completion technique. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 49(1), 99–108. <https://doi.org/10.1037/H0058772>
- Elchardus, M., & Spruyt, B. (2016). Populism, Persistent Republicanism and Declinism: An Empirical Analysis of Populism as a Thin Ideology. *Government and Opposition*. Cambridge University Press, 51(1), 111-133. <https://doi.org/10.1017/gov.2014.27>
- Erisen, C., Guidi, M., Martini, S., Toprakkiran, S., Isernia, P., & Littvay, L. (2021). Psychological Correlates of Populist Attitudes. *Political Psychology*, 42(S1), 149-171. <https://doi.org/10.1111/POPS.12768>
- Fatke, M. (2019). The personality of populists: How the Big Five traits relate to populist attitudes. *Personality and Individual Differences*, 139, 138–151. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2018.11.018>

- Finkel, S. E. (1985). Reciprocal Effects of Participation and Political Efficacy: A Panel Analysis. *American Journal of Political Science*, 29(4), 891–913. <https://doi.org/10.2307/2111186>
- Gallego, A., & Pardos-Prado, S. (2014). The Big Five Personality Traits and Attitudes towards Immigrants. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 40(1), 79–99. <https://doi.org/10.1080/1369183X.2013.826131>
- Geurkink, B., Zaslove, A., Sluiter, R., & Jacobs, K. (2020). Populist Attitudes, Political Trust, and External Political Efficacy: Old Wine in New Bottles? *Political Studies*, 68(1), 247–267. <https://doi.org/10.1177/0032321719842768>
- GOVCOPP. (2021). Changing European Elections: The impact of Eurozone bailouts on European Parliament election campaigns - gov Copp - Universidade de Aveiro. Retrieved June 30, 2021, from https://www.ua.pt/pt/govcopp/PI2_I_009
- Haan, N., Smith, M. B., & Block, J. (1968). Moral reasoning of young adults: Political-social behavior, family background, and personality correlates. *Journal of Personality and Social Psychology*, 10(3), 183–201. <https://doi.org/10.1037/H0026566>
- Hameleers, M., Bos, L., & de Vreese, C. H. (2017). The Appeal of Media Populism: The Media Preferences of Citizens with Populist Attitudes. *Mass Communication and Society*, 20(4), 481–504. <https://doi.org/10.1080/15205436.2017.1291817>
- Hameleers, M., & de Vreese, C. H. (2020). To whom are “the people” opposed? Conceptualizing and measuring citizens’ populist attitudes as a multidimensional construct. *Journal of Elections, Public Opinion and Parties*, 30(2), 255–274. <https://doi.org/10.1080/17457289.2018.1532434>
- Hieda, T., Zenkyo, M., & Nishikawa, M. (2021). Do populists support populism? An examination through an online survey following the 2017 Tokyo Metropolitan Assembly election. *Party Politics*, 27(2), 317–328. <https://doi.org/10.1177/1354068819848112>
- Jalali, C., Moniz, J., & Silva, P. (2020). In the Shadow of the ‘Government of the Left’: The 2019 Legislative Elections in Portugal. *South European Society and Politics*, 25(2), 229–255. <https://doi.org/10.1080/13608746.2020.1868702>

- Kriesi, H., Grande, E., Lachat, R., Dolezal, M., Bornschie, S., & Frey, T. (2006). Globalization and the transformation of the national political space: Six European countries compared. *European Journal of Political Research*, 45(6), 921-956. <https://doi.org/10.1111/j.1475-6765.2006.00644.x>
- Landwehr, C., & Steiner, N. D. (2017). Where Democrats Disagree: Citizens' Normative Conceptions of Democracy. *Political Studies*, 65(4), 786-804. <https://doi.org/10.1177/0032321717715398>
- Lisi, M., & Borghetto, E. (2018). Populism, Blame Shifting and the Crisis: Discourse Strategies in Portuguese Political Parties. *South European Society and Politics*, 23(4), 405-427. <https://doi.org/10.1080/13608746.2018.1558606>
- Lisi, M., Llamazares, I., & Tsakatika, M. (2019). Economic crisis and the variety of populist response: evidence from Greece, Portugal and Spain. *West European Politics*, 42(6), 1284-1309. <https://doi.org/10.1080/01402382.2019.1596695>
- Lisi, M., Sanches, E. R., & Santos Maia, J. dos. (2020). Party System Renewal or Business as Usual? Continuity and Change in Post-Bailout Portugal. *South European Society and Politics*, 25(2), 179-203. <https://doi.org/10.1080/13608746.2020.1862498>
- Marchi, R. (2020). *A Nova Direita Anti-Sistema: O caso do Chega*. Edições 70, Lisboa.
- McCrae, R. R., & John, O. P. (1992). An Introduction to the Five-Factor Model and Its Applications. *Journal of Personality*, 60(2), 175-215. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.1992.tb00970.x>
- McDonnell, J. (2020). Municipality size, political efficacy and political participation: a systematic review. *Local Government Studies*, 46(3), 331-350. <https://doi.org/10.1080/03003930.2019.1600510>
- Meléndez, C., & Rovira Kaltwasser, C. (2019). Political identities: The missing link in the study of populism. *Party Politics*, 25(4), 520-533. <https://doi.org/10.1177/1354068817741287>

- Mendes, M. S. (2021). 'Enough' of What? An Analysis of Chega's Populist Radical Right Agenda. *South European Society and Politics*, 26(3), 329–353. <https://doi.org/10.1080/13608746.2022.2043073>
- Moffitt, B. (2016). *The global rise of populism: performance, political style, and representation*. *Global Affairs*. Stanford University Press. <https://www.sup.org/books/title/?id=25175>
- Moffitt, B., & Tormey, S. (2013). Rethinking populism: Politics, mediatisation and political style. *Political Studies*, 62(2), 381–397. <https://doi.org/10.1111/1467-9248.12032>
- Mondak, J. J., & Halperin, K. D. (2008). A framework for the study of personality and political behaviour. *British Journal of Political Science*, 38(2), 335–362. <https://doi.org/10.1017/S0007123408000173>
- Mudde, C. (2004). The populist zeitgeist. *Government and Opposition*, 39 (4), 541-563. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1111/j.1477-7053.2004.00135.x>
- Mudde, C. (2007). *Populist Radical Right Parties in Europe*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511492037>
- Mudde, C., & Kaltwasser, C. R. (2013). Exclusionary vs. Inclusionary Populism: Comparing Contemporary Europe and Latin America. *Government and Opposition*, 48(2), 147–174. <https://doi.org/10.1017/gov.2012.11>
- Mudde, C., & Kaltwasser, C. R. (2017). *Populism: A Very Short Introduction*. Oxford University Press. Oxford. Retrieved from https://www2.daad.de/medien/mudde_rovira_kaltwasser_2017_populism.pdf
- Niemi, R. G., Craig, S. C., & Mattei, F. (1991). Measuring Internal Political Efficacy in the 1988 National Election Study. *The American Political Science Review*, 85(4), 1407–1413. <https://doi.org/10.2307/1963953>
- Prasad, A. (2020). The organization of ideological discourse in times of unexpected crisis: Explaining how COVID-19 is exploited by populist leaders. *Leadership*, 16(3), 294–302. <https://doi.org/10.1177/1742715020926783>

- Pruysers, S. (2021). A psychological predisposition towards populism? Evidence from Canada. *Contemporary Politics*, 27(1), 105–124. <https://doi.org/10.1080/13569775.2020.1851930>
- Rico, G., Guinjoan, M., & Anduiza, E. (2017). The Emotional Underpinnings of Populism: How Anger and Fear Affect Populist Attitudes. *Swiss Political Science Review*, 23(4), 444–461. <https://doi.org/10.1111/spsr.12261>
- Rico, G., Guinjoan, M., & Anduiza, E. (2020). Empowered and enraged: Political efficacy, anger and support for populism in Europe. *European Journal of Political Research*, 59(4), 797–816. <https://doi.org/10.1111/1475-6765.12374>
- Rooduijn, M., & Akkerman, T. (2017). Flank attacks: Populism and left-right radicalism in Western Europe. *Party Politics*, 23(3), 193–204. <https://doi.org/10.1177/1354068815596514>
- Rovira Kaltwasser, C., & Van Hauwaert, S. M. (2020). The populist citizen: Empirical evidence from Europe and Latin America. *European Political Science Review*, 12(1), 1–18. <https://doi.org/10.1017/S1755773919000262>
- Salgado, S., & Stavrakakis, Y. (2019). Introduction: populist discourses and political communication in Southern Europe. *European Political Science* 18(1), 1-10. <https://doi.org/10.1057/s41304-017-0139-2>
- Salgado, S. (2019). Where's populism? Online media and the diffusion of populist discourses and styles in Portugal. *European Political Science*, 18(1), 53–65. <https://doi.org/10.1057/s41304-017-0137-4>
- Santana-Pereira, J., & Cancela, J. (2020). Demand without Supply? Populist Attitudes and Voting Behaviour in Post-Bailout Portugal. *South European Society and Politics*, 25(2), 205–228. <https://doi.org/10.1080/13608746.2020.1864910>
- Sarieva, I. R. (2018). How to Measure Perceived Political Efficacy? A Three-Component Scale. Psychology. *Journal of the Higher School of Economics*, 15(3), 477–490. <https://doi.org/10.17323/1813-8918-2018-3-477-490>
- Schulz, A., Müller, P., Schemer, C., Wirz, D. S., Wettstein, M., & Wirth, W. (2018). Measuring Populist Attitudes on Three Dimensions. *International Journal of Public Opinion Research*, 30(2), 316–326. <https://doi.org/10.1093/ijpor/edw037>

- Spruyt, B., Keppens, G., & Van Droogenbroeck, F. (2016). Who Supports Populism and What Attracts People to It? *Political Research Quarterly*, 69(2), 335–346. <https://doi.org/10.1177/1065912916639138>
- Staerklé, C., & Green, E. G. T. (2018). Right-wing populism as a social representation: A comparison across four European countries. *Journal of Community and Applied Social Psychology*, 28(6), 430–445. <https://doi.org/10.1002/casp.2369>
- Taggart, P. (2000). *Populism*. Open University Press.
- Vasilopoulos, P., & Jost, J. T. (2020). Psychological similarities and dissimilarities between left-wing and right-wing populists: Evidence from a nationally representative survey in France. *Journal of Research in Personality*, 88. <https://doi.org/10.1016/J.JRP.2020.104004>
- Van Hauwaert, S. M., & Van Kessel, S. (2018). Beyond protest and discontent: A cross-national analysis of the effect of populist attitudes and issue positions on populist party support. *European Journal of Political Research*, 57(1), 68–92. <https://doi.org/10.1111/1475-6765.12216>
- Van Kessel, S. (2013). A Matter of Supply and Demand: The Electoral Performance of Populist Parties in Three European Countries. *Government and Opposition*, 48(2), 175–199. <https://doi.org/10.1017/GOV.2012.14>
- Weyland, K. (2001). Clarifying a contested concept: Populism in the study of Latin American politics. *Comparative Politics*, 34(1), 1–22. <https://doi.org/10.2307/422412>
- Wodak, R. (2015). *The Politics of Fear: What Right-Wing Populist Discourses Mean*. SAGE Publications Inc. <https://doi.org/10.4135/9781446270073>