

Opinião e argumentação na esfera pública digital: em busca da controvérsia nas malhas que as redes tecem

Antónia do Carmo Barriga
(Universidade da Beira Interior)
(acab@ubi.pt)
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9439-8798>

Antónia do Carmo Barriga: Doutora em Sociologia (especialidade Sociologia da Comunicação, da Cultura e da Educação), mestre em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação, e licenciada em Sociologia, pelo Iscte – Instituto Universitário de Lisboa. É Professora Auxiliar no Departamento de Sociologia da Universidade da Beira Interior (UBI) e investigadora integrada no CIES-UBI. Tem investigado na área de sociologia da comunicação, em particular: a opinião publicada e as relações entre o sistema mediático e o sistema político; discurso político nos novos média; arquitetura, utilização dos média sociais e transformações na esfera pública.

Submissão: 18/03/2025

Aceitação: 15/09/2025

Opinião e argumentação na esfera pública digital: em busca da controvérsia nas malhas que as redes tecem

Resumo (PT): Neste texto questiona-se a existência de discussão e discordância de ideias nas plataformas de média sociais, particularmente na plataforma X. O panorama atual, tão contaminado por desinformação e discursos extremistas (agudizando-se a contestação às *Big Tech* e o abandono de algumas plataformas digitais), sugere que convoquemos contributos teóricos que remetam para o desencanto com as TIC e para a perda de racionalidade na esfera digital. É na direção desta última que também nos conduzem os resultados da pesquisa que se apresenta, através da qual se pretendeu indagar se quem participa nos programas de debate e comentário político dos canais de televisão também discute, entre si, na rede social X (por ora ainda a mais direcionada para a discussão de temas políticos). Para tal, analisaram-se as publicações das contas de dez utilizadores desta plataforma durante o último quadrimestre de 2023.

Palavras-chave: rede social X, Comentadores, Discussão.

Opinion and argumentation in the digital public sphere: in search of controversy in the meshes that networks weave

Abstract (EN): This text questions the existence of discussion and disagreement on social media, particularly on the platform X. The current scenario, so contaminated by misinformation and extreme speech (intensifying opposition to *Big Tech* and the abandonment of some social media), suggests the mobilisation of theoretical contributions related to disenchantment with ICT and the decline of rationality in the digital sphere. It is in this direction that the results achieved in this research also lead us. The aim was to find out whether those who take part in political debate and commentary programs on television channels also discuss on X social media platform. To do this, we analyzed the publications of ten accounts on this social media, during the last four months of 2023.

Keywords: X social media platform, Opinion makers, Debate.

Introdução

As plataformas digitais, mais do que lugares de aceder ao poder e de o exercer, são atualmente peças importantes no xadrez da geopolítica, na medida em que passaram a ser relevantes nas relações de poder internacionais, seja entre os Estados, seja entre o Estado e a sociedade, entrecruzando-se, assim, com os campos económico, político e cultural. As plataformas digitais já não são, pois, apenas empresas que fornecem serviços *online* (comércio eletrónico, redes sociais, *streaming* de vídeo e música...). As *Big Tech* (em particular as que originaram o acrónimo GAFAM: Google, Apple, Facebook, Amazon e Microsoft) tornaram-se gigantes económicos, passando os seus proprietários a deter um incomensurável poder. Como tem sido amplamente divulgado, em janeiro de 2025 alguns destes bilionários passaram a integrar a nova Administração norte-americana (ou a estar próximos dela).

Nos média sociais circulam impunemente discursos de ódio e ofensas gratuitas; mais rapidamente do que a informação produzida por profissionais, disseminam-se notícias falsas e desinformação de várias ordens. Consequentemente, adensam-se as dúvidas quanto ao funcionamento dos algoritmos; acumulam-se as suspeitas quanto ao uso destas plataformas para interferir em eleições; e, crescentemente, questiona-se se não são uma ameaça para a democracia.

Neste cenário, tão distante da ideia habermasiana original de esfera pública — reconcetualizada, aliás, por Habermas (2023) —, interessou-nos perceber se atualmente existe (ainda) na esfera pública digital lugar para a polémica assente no debate de ideias. Numa tendência que não é nova, existe em Portugal aquilo a que chamaríamos “espaços de comunicação multimidiáticos” de lenta renovação: todos aqueles em que participam os “comentadores” (como se tornou comum designar quem expressa a opinião) e de quem se espera a pluralidade de opinião e debate de ideias. Com efeito, a publicitação da opinião nos *plateaux* televisivos permanece concentrada num pequeno e pouco diverso leque de protagonistas. Alguns comentadores tornaram-se quase omnipresentes no espaço público: não só repetem a presença semanalmente, há muitos anos, em vários programas de TV do mesmo canal ou em canais diferentes, como replicam a sua opinião nos programas de rádio, nas páginas de opinião dos jornais, em *podcasts*, e demais médias sociais, nomeadamente na rede social X (anteriormente designada Twitter, até ser adquirida por Elon Musk, em 2022).

Assim, considerando que muitos destes protagonistas estão presentes nesta rede social, interessou-nos analisar a interação que mantêm entre si nesta rede, como forma de ir ao encontro da questão atrás formulada: atualmente existe (ainda) lugar para a polémica assente no debate de ideias? Por outras palavras, que diálogo mantêm aqueles a quem está entregue a discussão mais “autorizada” sobre os assuntos públicos? Que temas discutem e que argumentos mobilizam? Corporizam algumas polémicas? Ou seja, em que medida os média sociais são também (e ainda) um espaço para a controvérsia, entendida enquanto “conflito de opinião”, enquanto lugar de discussão de ideias?

Para realizar a pesquisa aqui apresentada, optou-se por centrar a análise na rede social X por ser ainda a mais direcionada para a discussão de temas políticos e onde a presença de políticos e comentadores mais se observa, não obstante as profundas mudanças que sofreu a partir de 2022, e que se agudizariam no início de 2025.

Como detalharemos mais à frente, selecionaram-se as contas de dez comentadores com forte presença no espaço mediático e presumível ligação entre si (dado partilharem a presença em programas televisivos), tendo a análise incidido sobre o que aí foi publicado durante o último quadrimestre de 2023.

O presente texto está assim organizado: num primeiro momento, traça-se uma breve caracterização da “opinião publicada” e da sua evolução em Portugal. De seguida, enunciam-se alguns fundamentos teóricos que nos remetem para o atual desencanto com a perda de racionalidade na esfera pública digital (também suscitada pelas atuais características e fins que o ex-Twitter serve). Por fim, apresentam-se os dados que obtivemos, discutindo o lugar da polémica em espaços que considerámos pouco dialógicos.

1. Da imprensa de opinião oitocentista à opinião publicada em tempos de hibridização mediática

No século XIX, as elites cultas europeias participaram amplamente nas querelas e debates fomentados na e pela imprensa, não sendo possível fazer uma história da cultura contemporânea sem a pensar à luz da evolução do espaço público ao longo desse século e da sua transição para o século XX (Peixinho & Dias, 2018, p. 136).

O percurso da opinião publicada em Portugal começa no início do século XIX, quando se observou um grande desenvolvimento da imprensa de opinião, em muito impulsionado

pelos liberais portugueses regressados do exílio, que transpuseram para cá as técnicas e os processos jornalísticos mais recentes. A imprensa, questionando a governação pública e abrindo polémicas políticas, difundia as ideias liberais e tornava-se numa das principais instituições do Espaço Público burguês, cujos contornos se começavam a desenhar. Aparecia o jornalismo literário de intervenção, que punha a literatura ao serviço da mudança política e social (Barriga, 2007).

O jornal liberal *A Revolução de Setembro*, surgido em 1840, foi palco para as grandes polémicas e polemistas, como o seu fundador e diretor, José Estevão, e o jornalista António Rodrigues Sampaio. Nos primeiros anos da Regeneração, a imprensa de opinião cresceu. As discussões públicas publicitavam-se nos jornais, discutiam-se nos salões e cafés de Lisboa, Porto e Coimbra — era o nascimento da esfera pública portuguesa. Adquiriram notoriedade conhecidos *opinion makers* oitocentistas: entre muitos outros, Almeida Garrett, Alexandre Herculano, ou Ramalho Ortigão e Eça de Queirós, que se expressaram publicamente através das suas *Farpas*.

No século XIX, o espaço público português foi palco de polémicas que se tornariam célebres. A primeira, desenrolada em 1865 e 1866, foi a Questão Coimbrã (também conhecida como Questão do Bom Senso e Bom Gosto), uma polémica literária que marcou a visão da literatura em Portugal na segunda metade do século XIX, e que opôs os vários membros da “Geração de 70”, num claro conflito de gerações, nomeadamente a oposição de António Feliciano de Castilho a Antero do Quental e Teófilo Braga. Na segunda polémica, decorrida em 1871, integram-se as “Conferências do Casino Lisbonense”.¹

Das conferências que tiveram lugar (dado que algumas foram proibidas), as mais conhecidas foram a de Antero de Quental sobre as causas da decadência dos povos peninsulares nos últimos três séculos, a de Eça de Queiroz sobre literatura e a de Adolfo Coelho sobre educação. Este modo de expressar a opinião, esta “propaganda nova” (propaganda política, no entender de Pinheiro Chagas), teve uma existência efémera, porém polémica, uma vez que as “Conferências Democráticas” foram interditadas pelo Marquês de Ávila, um mês após o seu início.

¹ Estas pretendiam: “Abrir uma tribuna onde tenham voz as ideias e os trabalhos que caracterizam este movimento do século, preocupando-se sobretudo com a transformação social, moral e política dos povos.”
Fonte: https://www.mat.uc.pt/~jaimecs/hspm/X0028_capIV03.html.

Os liberais oitocentistas pretendiam orientar e formar a opinião pública portuguesa, no sentido das reformas que consideravam indispensáveis para o país. Acreditavam que através da instrução era possível libertar o povo da ignorância e levá-lo a questionar a vida pública: era o ideal romântico sob a influência do pensamento iluminista. Desejavam a expansão do espaço público e reivindicavam a ajuda dos jornais para concretizar esse imperativo. Em síntese, o mais relevante dessas polémicas consistiu, pois, em terem-se constituído como palco de uma luta de homens livres pela emancipação de ideias, tendo em vista encontrar as vias para criar uma sociedade mais justa. Elas permitiram uma forma de expressão, logo, de luta em nome do progresso, da liberdade e da justiça social (Ramada Curto, 2018). Era também a corporização dos ideais de uma esfera pública unificada, considerada, em termos habermasianos, um lugar de debates públicos em busca da verdade, em que os cidadãos lutam por “um bem público” e deliberam sobre temas de interesse público (Habermas, 1984, p. 43). A imprensa da época foi fundamental para a constituição da esfera pública. Toda a historiografia política da monarquia liberal portuguesa, aliás, realça o papel da imprensa na luta política, apontando-a como fator determinante na crise das instituições (Barros, 2021).

Será também de destacar a importância para o alargamento da discussão pública do movimento intelectual e político “corrente do livre pensamento”, presente no republicanismo (último quartel do século XIX e após a revolução de 5 de Outubro de 1910), na medida em que se caracteriza pela defesa da autonomia da razão e da liberdade de pensamento, especialmente em relação à religião e à moral, valorizando conhecimento científico e secular.

Acrescente-se que no primeiro quarto do século XX o comentário político conheceu um considerável fulgor, destacando-se nomes como Brito Camacho (fundador do influente jornal republicano *A Lucta*), Raul Proença (que em 1921 lançou a revista *Seara Nova*, juntamente com outros intelectuais portugueses), João de Chagas (autor das “Cartas Políticas”, panfletos saídos entre 1908 e 1910), Botto Machado (deputado durante a Primeira República que defendeu as mulheres e o fim das touradas) ou Mário Domingos (o primeiro intelectual português a defender publicamente a independência das colónias africanas, nos anos de 1920, destacando-se pelas suas posições antirracistas e anticolonialistas, publicadas no jornal anarquista *Batalha*). Note-se ainda o papel da revista literária *Orpheu*, não obstante ter publicado apenas dois números, em 1915, ao

lançar a polémica e agitar o cenário artístico português, tendo sido crucial na introdução do modernismo em Portugal.

Durante o Estado Novo, a maioria dos jornais converteram-se em instrumento oficial ou oficioso do governo, e o espaço para a polémica diminuiu, mas não desapareceu. Refira-se a célebre polémica entre Alfredo Pimenta e José d'Arruela sobre a questão colonial e a propaganda alemã. A partir da década de 60, ainda que de forma limitada, a sátira foi um instrumento importante de contestação à ditadura e à guerra colonial. São disso exemplo as crónicas de Luís de Sttau Monteiro intituladas “As Redacções da Guidinha”, publicadas no *Diário de Lisboa*.

No âmbito deste texto não se pretende recensear todas as polémicas e contributos para a discussão pública, nem incorrer no anacronismo de estabelecer um paralelismo entre conflitos de opinião dos séculos passados e a atualidade. Entre outros aspetos, é imperioso atender às características tão distintas dos média e do ecossistema mediático, etc. Não obstante, é no percurso aqui sumariamente traçado que encontramos os antecedentes da opinião publicada.

No entanto, é na década de oitenta do século XX que a opinião publicada se desenvolve na imprensa portuguesa, consolidando-se na década seguinte e atingindo o seu apogeu nos nossos dias. Resultando de alterações de vária ordem, entre elas o aparecimento das televisões privadas e o aumento da concorrência, os diferentes média tradicionais incrementaram, de modo sistemático, a presença do comentário, do debate e da análise da atividade política. A estas mutações no campo dos média, juntou-se o advento e popularização das novas tecnologias — a utilização da internet e os subsequentes média sociais — surgindo assim outros lugares para o comentário.

No entanto, persiste a forte transitoriedade e onnipresença dos mesmos atores, já notada no início do milénio (Barriga, 2007). Neste sentido, continua a observar-se a acumulação de vários registos de opinião em diversos média numa só pessoa. A notoriedade adquirida nos média ou importada da política é uma mais-valia que se vai multiplicando.

Acresce que a opinião de alguns comentadores se ampliou e deslocou para outros média que não aquele onde é originalmente emitida. Seja porque uma opinião veiculada na televisão passou a ser discutida no Twitter, seja porque se passou a poder aceder à opinião de um determinado comentador nos média sociais, interagindo com ele. Seja porque essa opinião saiu do espaço de opinião e passou a ser notícia: porque ela própria veicula

informação ou porque se constitui, para os jornalistas, ela própria em valor-notícia. Deste modo, nos últimos anos, o lugar da opinião publicada alargou-se substancialmente, na medida em que se constituiu num “espaço de opinião” que se estende para além dos veículos tradicionais de exposição da opinião, passando a envolver também os novos média e integrando outras pessoas ausentes dos média tradicionais (Barriga, 2015; 2017). Tal corporiza também a noção de hibridização mediática, entendida enquanto convergências de práticas e estratégias entre os novos média e os meios tradicionais no sistema mediático (Chadwick, 2013).

2. O desencanto com a perda de racionalidade na esfera pública digital: fundamentos teóricos e conceptuais em mutação

A tecnologia que subjaz à internet inicialmente foi vista, por inúmeros autores, como potenciadora do revigoramento da esfera pública, já que potencialmente promoveria a participação cívica, ao aumentar a sensibilização para os problemas coletivos e reforçar oportunidades de envolvimento dos diversos públicos: uma ciberdemocracia que promova e alargue o debate democrático e fomenta a participação política (Hindman, 2009; Dahlgren, 2000; Kwak et al., 2005; Dahberg, 2001; Warnick, 2007; Carlin et al., 2005; Pickard, 2006; Albrecht, 2006; Larsson & Moe, 2011). Para alguns autores trata-se mesmo de uma esfera pública virtual de pleno direito (Lévy, 2002). A internet não é apenas uma tecnologia: passa a ser a própria estrutura e espinha dorsal da Sociedade em Rede (Castells, 2001).

A transição de uma esfera pública normativa (Habermasiana) para uma nova esfera pública em rede (ou a sua refundação) entrou, pois, no debate teórico. Assim, a internet foi referida como espaço virtual facilitador da renovação da esfera pública (Kellner, 1999; Moore, 1999; Noveck, 1999; Slevin, 2000; Papacharissi, 2002; Benker, 2006). Por exemplo, Benker (2006) sublinha que a “nova esfera em rede” se constrói nas abordagens descentralizadas suscetíveis de cumprir a função de *watchdog*, na medida em que alarga o debate aos novos intervenientes. Ou Hjarvard (2018), considerando que, na nova esfera pública (em rede), os média em rede são responsáveis pela reestruturação das relações pessoais, privadas, e das arenas públicas, pelas novas formas de comunicação mais deliberativas. Note-se ainda que trabalhos recentes enaltecem a “resiliência da esfera pública” (Trenz et al., 2021; Bjola & Papadakis, 2020), ao enfatizarem as potencialidades

dos espaços digitais enquanto resposta em cenários atípicos e adversos (como foi a pandemia de COVID-19), readaptando a esfera pública.

Porém, há muito que se acumulam argumentos que revelam desencanto com a internet e com os média sociais quanto às suas virtudes para a democracia e para a participação política, expressando-se também dúvidas sobre a qualidade e os limites da interação no âmbito da política: o uso da internet para fins políticos é claramente menor, se comparado com outros fins a que se destina; a deliberação democrática está completamente ofuscada pelo consumismo e entretenimento e o carácter comunicativo da discussão política nem sempre promove o ideal cívico (Dalhgren, 2005); as discussões políticas são frequentemente dominadas por políticos que as utilizam para defender as suas agendas (Jensen, 2003); as redes sociais digitais têm uma natureza estratificada e não participativa, sendo domínios de grandes corporações e dos atores sociais e políticos mais poderosos, que centralizam a formação do discurso e da opinião (Fuchs, 2014); e é necessário considerar que nem todos os *posts* contêm conteúdo político, limitando-se alguns à publicação de discursos individuais (Chadwick, 2006).

Face às alterações na esfera digital, ou aos fatores que as motivaram, muitos autores têm realçado a necessidade de discutir e redefinir conceptualmente a esfera pública. São disso exemplo Boeder (2005), que já então destacava o escasso debate relativamente a questões como a propriedade e o controlo da tecnologia e os seus beneficiários; ou Mahloully (2013), ao reportar-se à forma como a era digital afeta a qualidade do discurso público, conferindo igual poder e legitimidade a todos os intervenientes (“leigos” e “profissionais especializados”).

Em síntese, e subscrevendo Schäfer (2016): o discurso nos média sociais da atualidade antes remete para uma esfera digital que, abarcando uma diversidade de estilos comunicativos, raramente se caracteriza pela racionalidade e civilidade que subjazem à teoria participativa e deliberativa.

É, aliás, Habermas (2023) que, renomeando a sua obra, se refere à nova alteração estrutural da esfera pública, induzida pelo progresso tecnológico da comunicação digital; estamos diante de uma revolução estrutural dos meios de comunicação, comparável à escrita e à prensa gráfica: a digitalização dos meios de comunicação (pp. 41–42). Para Habermas, a promessa emancipatória de outrora de capacitação dos cidadãos está a ser minada pela estrutura da plataforma, controlada por algoritmos — criados a partir de um

interesse mercadológico —, que promove “bolhas” informativas autofechadas e “câmaras de eco” discursivas nas quais os utilizadores se dividem numa pluralidade de pseudopúblicos. Elementos emotivos, afetivos e retóricos passaram a ser considerados no discurso: através de uma construção narrativa, com apelo emocional, um tópico pode adquirir relevância na esfera pública e ser tematizado (Habermas, 2023, p. 80). Admita-se, portanto, a dificuldade de implementação da racionalidade argumentativa em contextos de divisões profundas — “o estilo é o argumento” (Habermas, 2023, p. 84).

3. Do Twitter às plataformas de média sociais emergentes: as profundas alterações

Surgido em 2006, o Twitter diferenciava-se das outras plataformas de média sociais na forma como era usado e como as mensagens eram divulgadas na plataforma, o que também decorria da arquitetura social da rede. Era referido como uma plataforma de notícias, sendo a informação sobre notícias de última hora uma das suas funções essenciais; os utilizadores eram um grupo especialmente em sintonia com notícias, média, cultura e vida cívica; assim, quem falava nesta rede era caracterizada como gente que dá especial atenção a questões políticas (Breyner, 2014).

Na década passada, o Twitter foi considerado fundamental para a política global, tratando-se de uma plataforma que ajudou a alimentar revoltas e insurreições. Da Primavera Árabe ao Occupy Wall Street, o Twitter tornou-se um foco de resistência e um farol de esperança tanto para jornalistas como para ativistas (Beckett et al., 2023). Desempenhou, igualmente, um papel crucial na amplificação dos movimentos #MeToo e Black Lives Matter. Em países como a Índia, por exemplo, onde a liberdade de expressão tem sido cada vez mais ameaçada pelo governo nacionalista hindu, a rede serviu como um meio útil para a dissidência, dando origem a uma nova classe de *influenciadores* que passaram a questionar o governo, quando os média tradicionais não o faziam (Dixit, 2023). O Twitter era o “café parisiense” dos anos 1920, como a ele se referiram quatro jornalistas do *The Guardian* no artigo que intitularam “A eulogy for Twitter: the place we journalists loved, for better or worse” (Beckett et al., 2023).

Desde que Elon Musk adquiriu a empresa, em outubro de 2022, o (então) Twitter conheceu grandes mudanças: foram despedidos milhares de funcionários, incluindo altos quadros e responsáveis pela moderação de conteúdos; entre outras regras, mudou a

política de verificação de contas (passou a ser paga e a estar ao alcance de qualquer pessoa que a possa pagar), tornando-se impossível dizer quem é real e quem não é; intensificou-se a desinformação e proliferaram os discursos de ódio e os conteúdos abusivos; muitos utilizadores desativaram a conta; os resultados económicos foram catastróficos. E, igualmente relevante, mudou de imagem e de nome: de Twitter para X.

O descontentamento com as plataformas digitais, e em particular com o X, não é de hoje, mas, no início de 2025, intensificou-se na altura da tomada de posse de Donald Trump (em 20 de janeiro de 2025), o abandono da rede social X (o anterior Twitter, que Musk transfigurara em 2022) aumentou sobremaneira,² na sequência, aliás, do êxodo massivo que já tivera em novembro de 2024 (aquando das eleições americanas). Indiscutivelmente, o apoio de Elon Musk a Donald Trump impulsionou o abandono de utilizadores da rede, indissociável de outros motivos (aumento contínuo de conteúdo tóxico, incluindo teorias da conspiração de extrema-direita e racismo).³

Numa reação de protesto, muitas personalidades, jornais, instituições de vária ordem (partidos políticos, universidades), membros da “comunidade Twitter” desde a primeira hora tornaram pública a saída da rede X. Inclusivamente, foi criada a plataforma francesa HelloQuitX, que permite transferir os dados de maneira automática de uma conta do X para novas plataformas de média sociais alternativas consideradas mais transparentes e democráticas (como a Threads, a Bluesky e a Mastodon).

Mas os dados conhecidos indicam que os utilizadores da Rede X migraram sobretudo para a Bluesky, criada em fevereiro de 2023, que tem tido um crescimento exponencial,⁴

² Números relativos a 2024 apontam para um abandono de 335 milhões de utilizadores. Fonte: <https://elpais.com/tecnologia/2025-01-01/bluesky-contra-threads-asi-esta-la-batalla-por-heredar-el-espacio-de-x.html>. Em termos económicos, a plataforma X ao longo de 2023 já havia perdido quase três quartos do seu valor, de acordo com o fundo de investimento Fidelity, que detém ações da empresa. Fonte: <https://www.publico.pt/2024/01/02/tecnologia/noticia/x-2023-nao-ano-prospero-accionista-calcula-desvalorizacao-715-2075502>

³ A guerra em curso entre o Hamas e Israel foi um exemplo das fragilidades da rede. Horas depois de o Hamas ter atacado Israel, em 7 de outubro de 2023, o X estava inundado de desinformação. Contas com milhares de seguidores transmitiram imagens de videojogos militares como cenas do conflito. Capturas de ecrã de declarações falsas da Casa Branca, prometendo biliões de dólares em ajuda a Israel, tornaram-se virais. Os influenciadores da extrema-direita aprimoraram os algoritmos de X, lançando fluxos intermináveis de falsidades perigosas em busca de lucro e engajamento. Uma análise recente da NewsGuard mostrou que os utilizadores verificados do X, que pagaram pelos seus “cheques azuis”, foram responsáveis por 74% das falsidades relacionadas com a guerra de Israel e do Hamas que se tornaram virais na plataforma. Fonte: <https://www.theguardian.com/technology/2023/oct/27/elon-musk-twitter-x-one-year-anniversary>

⁴ Dados de fevereiro de 2025 referem que esta rede já tem 32 milhões de utilizadores. Fonte: <https://elpais.com/tecnologia/2025-02-26/bluesky-lleno-de-usuarios-de-izquierdas-exiliados-de-x-esta-aun-lejos-de-ser-una-plaza-publica-digital.html>. Em novembro de 2024, a plataforma já indicava que

constituindo-se na alternativa mais sólida, ainda que seja cedo para ser a “sucessora do Twitter”, como avisam Quelle e Bovet (2025). Esta rede tem a particularidade de ter sido lançada pelo fundador do Twitter, Jack Dorsey, em 2019, tendo óbvias semelhanças com aquela rede, desde logo o aspeto gráfico. A Bluesky tem sido apontada como o novo “abrigo” dos entusiastas do Twitter dos tempos iniciais, que se caracterizavam pelo seu interesse por assuntos relacionados com a política (Barriga, 2015).

O abandono e a migração do X para outras plataformas de média sociais “emergentes” também desafiam perspetivas teóricas e suscitam diversas questões: poderão as redes alternativas ter a capacidade de ser um instrumento de resistência contra a deriva extremista que passou a caracterizar os média sociais? Até quando estarão as novas redes imunes à desinformação, à perversidade dos algoritmos, ao populismo e ao discurso de ódio da extrema-direita? E o que as diferencia quanto ao modelo de negócio, ao acesso aos dados e à consequente invasão da privacidade dos seus utilizadores? Estas migrações e as plataformas que acolhem internautas e organizações descontentes colocam novas questões de teor teórico? A tomada de posição de abandonar uma rede como o X pode ser, em si mesmo, um sinal de vitalidade das comunidades digitais? Ou, ao invés, as novas redes não têm nenhuma capacidade de estancar o desencanto com a perda de racionalidade na esfera digital? Algumas destas questões são retóricas; outras são possibilidades de investigação que se desenham.

4. Opções metodológicas: sobre o meio, o *corpus* em análise e os procedimentos

Na pesquisa empírica que apoia este texto, tivemos como objetivo primordial ver em que medida a rede social X é utilizada para debater, argumentar, discordar. Neste sentido,

aumentava um milhão de utilizadores a cada dia. Fonte: <https://observador.pt/2024/11/18/rede-social-bluesky-diz-estar-a-ganhar-um-milhao-de-novos-utilizadores-diarios-politica-de-moderacao-do-x-com-musk-motiva-migracao/>. Note-se que, em agosto de 2024, a proibição do X no Brasil já havia resultado num crescimento significativo da BlueSky na América do Sul e em países de língua portuguesa. Em novembro de 2024, esta rede social passou de 6 para 15 milhões de utilizadores em apenas 90 dias, tornando-se a *app* mais descarregada na App Store. Fonte: https://www.elconfidencial.com/tecnologia/2024-11-15/adios-twitter-mas-de-un-millon-personas-red-social-1qrt_4004593/.

quisemos saber que interação mantêm na esfera digital os *comentadores* (identificados no quadro II no final do texto). Isto é, pretendemos indagar se fora dos *plateaux* televisivos, onde debatem juntos, em iguais ou em diferentes programas, estes protagonistas do comentário político dialogam entre si através da rede social X.

Com vista a tal objetivo, analisámos as suas contas nesta plataforma durante o período compreendido entre 1 de setembro e 31 de dezembro de 2023. Neste período, a política nacional foi marcada pela “*operação influencer*”, pela demissão do primeiro-ministro e pelo anúncio da decisão do Presidente da República de dissolver a Assembleia da República e marcar eleições legislativas antecipadas.

Os critérios que presidiram à constituição do grupo a analisar, constituído por dez contas, foram os seguintes: ser comentador português de política, integrar o painel de debate político nos canais televisivos e ter conta na plataforma X. A identificação dos participantes em programas televisivos de debate político, durante o período em análise, encontra-se na Tabela 1.

Tabela 1

Identificação dos participantes em programas de debate político

Nome do Programa	Canal	Painel
<i>Eixo do mal</i>	SIC Notícias	Aurélio Gomes (moderador) Clara Ferreira Alves Daniel Oliveira Luís Pedro Nunes Pedro Marques Lopes
<i>O outro lado</i>	RTP Notícias	João Adelino Faria (moderador) Ana Drago João Taborda da Gama Paulo Pedroso
<i>O último apaga a luz</i>	RTP Notícias	Pedro Vieira (moderador)

		Inês Pedrosa Joaquim Vieira Raquel Varela Rodrigo Moita de Deus
<i>O princípio da incerteza</i>	CNN Portugal	Carlos Andrade (moderador) Alexandra Leitão António Lobo Xavier José Pacheco Pereira
<i>Linhas vermelhas</i>	SIC Notícias	Catarina Martins/Cecília Meireles Pedro Delgado Alves/Miguel Morgado
<i>Contrapoder</i>	CNN Portugal	Anselmo Crespo (moderador) Manuela Ferreira Leite Sérgio Sousa Pinto
<i>Sem moderação⁵</i>	SIC Notícias	Daniel Oliveira Francisco Mendes da Silva José Eduardo Martins Pedro Delgado Alves

Fonte: elaboração própria

Partindo das suas contas nesta rede social, constituiu-se o *corpus* empírico a analisar: todos os *tweets/retweets* ou respostas/comentários publicados durante o período selecionado (último quadrimestre de 2023).

Destes pressupostos, emergiram as contas (ou perfis) analisadas, as quais foram caracterizadas quanto aos seguintes itens: profissão; data de entrada na rede; número de seguidores e número de contas seguidas (esta informação é resumida na Tabela 2).

⁵ Este programa terminou em 31 de outubro de 2023; porém, os quatro participantes mantiveram-se no mesmo canal, noutros espaços de comentário em duo.

Tabela 2Caracterização das contas analisadas⁶

Nome	Profissão	Número de seguidores	A seguir
Catarina Martins	Membro do BE	109,7k	1339
Daniel Oliveira	Jornalista	136,1k	1677
Francisco Mendes da Silva	<i>Público</i> , SIC Notícias	20,9k	1995
Inês Pedrosa	Escritora, tradutora, editora	29,6k	1499
José Eduardo Martins	Advogado	12,6k	432
Paulo Pedroso	Sem ref.	16,4k	6571
Pedro Delgado Alves	Sem ref.	6376	682
Pedro Marques Lopes	TSF, SICN, Visão	83,8k	827
Raquel Varela	Sem ref.	6247	32
Rodrigo Moita de Deus	Sem ref.	12,1k	1008

Fonte: elaboração própria

Quanto à metodologia, optou-se por uma análise micro e pelo recurso à análise do conteúdo dos *tweets*, respostas e *retweets* observáveis nos perfis (ou contas). A análise foi efetuada através de *observação não participante*, dado frequentarmos a mesma rede onde habitam e interagem aqueles que pretendemos analisar. Para o efeito, constituímos uma *timeline* destinada para a realização da investigação. Mas em nada modificámos a situação observada, pelo que, em termos do grau de inserção, a investigação é do tipo silencioso (*lurker*, por oposição ao *insider*), considerando a tipologia de Frago, Recuero

⁶ Não foram consideradas as contas identificadas como pertencendo a: João Taborda da Gama (dado a conta não ser pública); Manuela Ferreira Leite (a conta foi criada em novembro de 2008, mas só tem uma publicação); Miguel Morgado (a conta foi criada em abril de 2023, mas tem apenas duas publicações); Sérgio Sousa Pinto (a última publicação é de dezembro de 2021). As profissões são intencionalmente apresentadas em consonância com o que consta no perfil público destas contas.

e Amaral (2011), ou distante (*distanced research*, ao invés de envolvido), na tipologia de Morton (2001), ou ainda não completamente obstrutiva e observacional, no extremo oposto do espectro em que Kozinets (2007) situa a investigação intensamente participativa.

5. O lugar da polémica em espaços pouco dialógicos: uma análise à interação na rede X — apresentação e discussão de dados

Considerando que o objetivo desta incursão empírica pela rede social X foi observar a interação entre os dez utilizadores/contas, analisámos:

- a) os seguidores de cada conta, de entre os perfis selecionados.
- b) as referências efetuadas nos *tweets* (agora denominados *posts*) publicados por cada um relativamente aos outros.
- c) comentários ou respostas aos *tweets* (*posts*) publicados por outrem.
- d) *retweets/reposts* de contas seguidas

Assim, quanto à alínea a), constatámos que, no grupo em análise, todos são seguidores de todos, excetuando uma das contas analisadas, o que faria antever alguma interação.

Porém, se analisarmos os conteúdos que fazem, direta ou indiretamente, referência a conteúdos publicados pelos outros (alínea b), observa-se uma total inexistência de referências. Isto é, ainda não existem sequer indícios da existência de interação.

Prosseguindo a pesquisa, procurámos comentários ou respostas aos *tweets* (*posts*) publicados pelos autores das outras contas (alínea c). No mesmo sentido, encontramos uma quase indiferença perante os conteúdos publicados (apenas uma conta fez dois comentários a uma outra conta) (tabela 3).

Tabela 3

Respostas ou comentários às contas seguidas

Contas seguidas Conta	CM	DO	FMS	IP	JEM	PP	PDA	PML	RV	RMD
Catarina Martins		0	0	0	0	0	0	0	0	0
Daniel Oliveira	0		0	0	0	0	0	0	0	0
Francisco Mendes da Silva	0	0		0	0	0	0	0	0	0
Inês Pedrosa	0	0	0		0	0	0	0	0	0
José Eduardo Martins	0	0	0	0		0	0	0	0	0
Paulo Pedroso	0	0	0	0	0		0	0	0	0
Pedro Delgado Alves	0	0	0	0	0	0		0	0	0
Pedro Marques Lopes	0	0	0	2	0	0	0		0	0
Raquel Varela	0	0	0	0	0	0	0	0		0
Rodrigo Moita de Deus	0	0	0	0	0	0	0	0	0	

Fonte: elaboração própria

Os *retweets* (agora denominados *reposts*) podem ser considerados uma forma de valorizar, sublinhar ou subscrever o conteúdo que alguém expressa por alguém na rede. Da análise dos *retweets* de cada conta, relativos às restantes nove contas, concluiu-se que publicar e divulgar nas próprias contas conteúdos das contas dos outros, é, igualmente, uma prática quase sem expressão. Ainda que se observem alguns *retweets* em cinco contas, eles são em número reduzido (Tabela 4).

Tabela 4*Retweets/reposts* de contas seguidas

Contas seguidas Conta	CM	DO	FMS	IP	JEM	PP	PDA	PML	RV	RMD
Catarina Martins		0	0	0	0	0	0	0	0	
Daniel Oliveira	0		0	0	0	1	0	0	0	0
Francisco Mendes da Silva	0	0		0	0	0	0	1	0	0
Inês Pedrosa	0	2	0		0	0	0	0	0	3
José Eduardo Martins	0	0	0	0		0	0	0	0	0
Paulo Pedroso	0	0	0	0	0		0	0	0	0
Pedro Delgado Alves	0	0	0	0	0	0		0	0	0
Pedro Marques Lopes	0	0	1	0	0	0	0		0	0
Raquel Varela	0	0	0	0	0	0	0	0		0
Rodrigo Moita de Deus	0	0	1	0	0	0	0	0	0	

Fonte: elaboração própria

Pode afirmar-se, assim, que a interação observada entre as dez contas, durante o último quadrimestre de 2023, foi francamente diminuta, não existindo troca de argumentos, dissensos, e muito menos conflitos de opiniões ou polémicas.

Em síntese, e da análise do *corpus* empírico, pode concluir-se que os protagonistas de debates políticos noutros média (como os que decorrem nos formatos televisivos) não replicam na rede lógicas de discordância ou troca de ideias, como acontece nos programas televisivos de debate político em que são presença habitual.

Procurámos a discussão onde, em nosso entender, seria expectável encontrá-la. Se não a encontrássemos entre quem faz da sua publicitação profissão, onde a poderíamos encontrar? Esperávamos, assim, encontrar mais troca de argumentos, alguns conflitos de opiniões, cumplicidades e rivalidades que os cenários televisivos deixam antever.

Não esperaríamos reencontrar o espírito polemista dos intelectuais oitocentistas, nem na sua forma de expressão, nem nos seus propósitos ou ideais. Mas supúnhamos que existisse mais diálogo, não só por estes protagonistas do espaço público serem conhecidos pela atividade de *comentar e debater*, mas também pela presença pública conjunta que, supostamente, os vincula, integrando os espaços de lenta renovação a que aludimos.

Mas assim não foi e, em si mesmo, isso não deixa de ter significado. Como interpretar então esta interação tão diminuta, esta quase ausência de discussão?

O modo como comunicam entre si, publicamente observável nos média tradicionais, será um simulacro de interação e de discordância? Talvez seja útil recuar até Simmel para notar que a interação se constitui sempre a partir de determinados impulsos ou em busca de certas finalidades (Simmel, 2006). Não podemos, pois, esperar encontrar reproduções de outros contextos e de outras dinâmicas comunicacionais. Usando a analogia de Goffman (1959), dir-se-ia que os atores, também na interação *online*, utilizam diferentes “máscaras”, consoante as exigências dos contextos e os papéis que desempenham em “palcos” diversos, onde se entrelaçam identidades individuais e sociais.

Ou esta diminuta interação será mais um indício de que o antigo Twitter é, atualmente, um lugar pouco dialógico no que concerne à discussão de assuntos de interesse público? Também corroborando, deste modo, a ideia de que grande parte do que se publica nos média sociais é apolítico e se limita aos discursos individuais (Chadwick, 2006) e de que o carácter comunicativo da discussão política nem sempre promove o ideal cívico (Dahlgren, 2005).

Na verdade, também nos resultados desta pesquisa se evidenciam indícios de que, na “nova alteração estrutural da esfera pública”, há perdas de racionalidade. Tendo em conta o modo como se está presente nos média sociais e os comentários e argumentos (ou falta deles) aí proferidos, a esfera digital afasta-se da racionalidade argumentativa a que alude Habermas (2023, p. 84).

Conclusão

Este texto partilha da inquietação e do propósito — presente em inúmeros debates teóricos das últimas décadas — de tentar pensar o papel dos novos média, em particular os média sociais, na constituição de uma esfera pública digital, atendendo aos constrangimentos e debilidades dessa “nova” esfera pública e dos fatores que a ameaçam.

Os novos média trouxeram a promessa de alargar democraticamente o espaço público, garantindo a pluralidade ideológica e possibilitando a perda do monopólio da palavra pelos média tradicionais, mas revelam-se atualmente palcos para discursos extremados e antidemocráticos. Inauguraram a possibilidade de curto-circuitarem a autorreferencialidade das formas culturais e mediáticas dominantes, corporizando assim um aumento de racionalidade no espaço público e um contributo para a sua revitalização, mas parecem agora dominados pela emoção e pelo acriticismo.

Hoje tornou-se central atender às questões para as quais Boeder (2005) já então reclamava atenção: a propriedade e controlo da tecnologia e dos seus beneficiários. A aliança (episódica) de Elon Musk com Donald Trump foi uma face visível do poder das *Big Tech* — um poder que desafia e testa a ação dos Estados e da UE, desde logo a sua capacidade de regulamentação (seja para a moderação de conteúdos, seja para a taxação de lucros).

Crescentemente, a rede social X tornou-se exemplo da perversidade dos fins que os média sociais podem servir: veículo de desinformação e de discursos de ódio ligados à extrema-direita, interferência nos processos democráticos, etc. Dados recentes, obtidos por Hickey et al. (2025), indicam que nesta rede, nos nove meses seguintes à aquisição de Elon Musk, o discurso de ódio aumentou 50%. De resto, parece também observar-se uma correlação entre desinformação e alguns tipos de ideologia política. Törnberg e Chueri (2025) questionaram-se sobre quais os partidos que têm maior probabilidade de espalhar desinformação. Para tal, recorreram a uma base de dados de dimensão considerável (32 milhões de *tweets* de parlamentares em 26 países, abrangendo seis anos e vários períodos eleitorais), que combinaram com bases de dados externas (como o ParlGov e o V-Dem). Concluíram que o populismo de direita radical é o determinante mais forte na propensão para a disseminação de desinformação.

O abandono expressivo da rede social X, entre novembro de 2024 e fevereiro de 2025, e a migração para outras plataformas (nomeadamente a Bluesky) foi uma reação de protesto

dos cidadãos e das organizações. Mas os média sociais emergentes constituir-se-ão como uma alternativa?

De acordo com Quelle e Bovet (2025), no estudo em que analisam um significativo conjunto de dados relativos ao período entre fevereiro de 2023 e maio de 2024, a desinformação na Bluesky era quase inexistente. Os autores constataram que os utilizadores quase não partilhavam *links* duvidosos. Os autores denotam que os utilizadores desta rede são (ou eram) maioritariamente conotados com a esquerda e o centro-esquerda, de onde se infere o risco de bolhas e, inerentemente, a existência de pouco diálogo entre as diferentes posturas e visões ideológicas. No entanto, segundo os mesmos autores, esta espécie de homogeneidade não eliminou totalmente a discordância (verificou-se, por exemplo, uma diversidade significativa de opiniões sobre questões específicas, como o conflito Israel-Palestina).

Fica, portanto, a dúvida sobre se estas plataformas de média sociais emergentes se constituirão como alternativas às atuais plataformas *mainstream*, e se terão a capacidade de recuperar o lugar para a discussão de ideias que estas outrora ocuparam.

REFERÊNCIAS

- Albrecht, S. (2006). Whose voice is heard in online deliberation? A study of participation and representation in political debates on the Internet. *Information, Communication & Society*, 9(1), 62–82.
- Barriga, A. C. (2007). *Media, política e opinião: Uma tríade complexa — Uma abordagem à opinião publicada em Portugal*. [Tese de doutoramento]. ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa.
- Barriga, A. C. (2015). O debate político nas contra esferas públicas: Como se discute em 140 caracteres. *Media & Jornalismo*, Número Especial, 111–126.
- Barriga, A. C. (2017). Sobre a ausência de pluralismo nos *media*: Como observar a invisibilidade do debate político nos novos *media*? In A. Moreira, E. Araújo, & H. Sousa (Eds.), *Comunicação e política: Tempos, contextos e desafios* (pp. 21–43).
- Barros, J. L. (2021). *O Jornalismo Político Republicano Radical — O Mundo, 1900–1907*. Ed. Instituto Politécnico de Lisboa.
- Beckett, L., Bhuiyan, J., Clayton, A., & Paul, K. (2023, julho 8). Twitter is dead, long live Threads: Journalists write eulogies for the platform. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/technology/2023/jul/08/twitter-demise-journalists-eulogy-threads-app-elon-musk>

- Benkler, Y. (2006). *The wealth of networks: How social production transforms markets and freedom*. Yale University Press.
- Bjola, C., & Papadakis, K. (2020). Digital propaganda, counterpublics and the disruption of the public sphere: The Finnish approach to building digital resilience. *Cambridge Review of International Affairs*, 33(1), 1–29. <https://doi.org/10.1080/09557571.2019.1704221>
- Boeder, P. (2005). Habermas' heritage: The future of the public sphere in the networked society. *First Monday*, 10(9). <https://doi.org/10.5210/fm.v10i9.1280>
- Breyner, J. (2014, junho 11). *Can Twitter survive in a Facebook world? The key is being different*. Pew Research Center. <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2014/06/11/can-twitter-survive-in-a-facebook-world-the-key-is-being-different/>
- Carlin, D., Schill, D., Levasseus, D., & King, A. (2005). The post-9/11 public sphere: citizen talk about the 2004 presidential debates. *Rhetoric and Public Affairs*, 8(4), 617–638.
- Castells, M. (2001). *The internet galaxy: Reflections on the internet, business and society*. Oxford University Press.
- Chadwick, A. (2006). *Internet politics: States, citizens, and new communication technologies*. University Press.
- Chadwick, A. (2013). *The hybrid media system: Politics and power*. Oxford University Press.
- Dahlberg, L. (2001). The Internet and democratic discourse: exploring the prospects of online deliberative forums extending the public sphere. *Information, Communication & Society*, 4, 615–633.
- Dahlgren, P. (2000). L'espace public et l'internet. Structure, espace et communication. *Réseaux*, 18(100), 157–186.
- Dahlgren, P. (2005). The Internet, public spheres, and political communication: dispersion and deliberation. *Political Communication*, 22(2), 147–162.
- Dixit, P. (2023, outubro 27). Twitter takeover: how a year of Elon Musk rendered the platform useless. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/technology/2023/oct/27/elon-musk-twitter-x-one-year-anniversary>
- Fragoso, S., Recuero, R., & Amaral, A. (2011). *Métodos de pesquisa para internet*. Sulina.
- Fuchs, C. (2014). *Social Media: A critical introduction*. Sage Publications Ltd.
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Edinburgh University of Edinburgh: Social Sciences Research Centre. <http://cdclv.unlv.edu/ega>
- Habermas, J. (1984). *The theory of communicative action*. Beacon Press.
- Habermas, J. (2023). *A new structural transformation of the public sphere and deliberative politics*. John Wiley and Sons Ltd.
- Hickey D., Fessler, D. M. T., Lerman, K., & Burghardt, K. (2025). X under Musk's leadership: Substantial hate and no reduction in inauthentic activity. *PLoS ONE*, 20(2), artigo e0313293. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0313293>
- Hindman, M. (2009). *The myth of digital democracy*. Princeton University Press.
- Hjarvard, S. (2018). Public service in the age of social network media. In G. F. Lowe, H. Van den Bulck, & K. Donders (Eds.), *Public service media in the networked society* (pp. 59–74). Nordicom.
- Jensen, J. L. (2013). Political participation online: The replacement and the mobilisation

- hypotheses revisited. <https://doi.org/10.1111/1467-9477.12008>
- Kellner, D. (1999). Globalisation from below? Toward a radical democratic technopolitics. *Angelaki, Journal of the Theoretical Humanities*, 4(2), 101–113.
- Kozinets, R. V. (2007). Netnography 2.0. In R. W. Belk (Ed.), *Handbook of qualitative research methods in marketing*. Edward Elgar Publishing Limited, 129–142.
- Kwak, N., Williams, A. E., Wang, X., & Lee, H. (2005). Talking politics and engaging politics: An examination of the interactive relationships between structural features of political talk and discussion engagement. *Communication Research*, 32(1), 87–111.
- Larsson, A. O., & Moe, H. (2011). Studying political microblogging: Twitter users in the 2010 Swedish election campaign. *New Media & Society*, 13, 1180–1197.
- Lévy, P. (2002). *Cyberdémocratie*. Éditions Odile Jacob.
- Mahlouly, D. (2013). Rethinking the public sphere in a digital environment: similarities between the eighteenth and the twenty-first centuries. *ESharp*, 20(6), 1–21.
- Moore, R. (1999). Democracy and cyberspace. In B. Hague & B. Loader (Eds.), *Digital democracy: Discourse and decision making in the Information Age* (pp. 101–113). Routledge.
- Morton, H. (2001). Computer-mediated communication in Australian anthropology and sociology. *Social Analysis Journal of Cultural and Social Practices*, 45, 3–11.
- Noveck, B. (1999). Transparent space: Law, technology and deliberative democracy in the information society. In C. Kratx (Ed.), *Cultural values*. Blackwell.
- Papacharissi, Z. (2002). The virtual sphere: The Internet as a public sphere. *New Media & Society*, 4, 9–27.
- Peixinho, A., & Dias, L. (2018). The intellectual, the artist and the masses in Portuguese culture at the end of the century. *Estudos do Século XX — Revista do Centro de Estudos Interdisciplinares da Universidade de Coimbra*, 18. https://doi.org/10.14195/1647-8622_18_7
- Pickard, V. W. (2006). Assessing the radical democracy of indymedia: discursive, technical, and institutional constructions. *Critical Studies in Media Communication*, 23(1), 19–38.
- Quelle D., & Bovet, A. (2025). Bluesky: Network topology, polarization, and algorithmic curation. *PLoS ONE*, 20(2), artigo e0318034. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0318034>
- Ramada Curto, D. (2018, fevereiro 4). Polémicas à portuguesa. *Expresso*. <https://expresso.pt/cultura/2018-02-04-Polemicas-a-portuguesa>
- Schäfer, M. S. (2016). Digital public sphere. In G. Mazzoleni (Ed.), *The International Encyclopedia of Political Communication*: <https://doi.org/10.1002/9781118541555.wbiepc087>
- Simmel, G. (2006). *Questões fundamentais de Sociologia: indivíduo e sociedade*. Zahar.
- Slevin, J. (2000). *The Internet and society*. Polity Press.
- Törnberg, P., & Chueri, J. (2025). When do parties lie? Misinformation and radical-right populism across 26 countries. *The International Journal of Press/Politics*. <https://doi.org/10.1177/19401612241311886>

- Trenz, H-J., Heft, A., & Vaughan, M. (2021). Resilience of public spheres in a global health crisis. *Javnost — The Public*, 28(2), 111–128
<https://doi.org/10.1080/13183222.2021.1919385>
- Warnick, B. (2007). *Rhetoric online: Persuasion and politics on the World Wide Web*. Peter Lang Inc., International Academic Publishers.