ReGeo ISSN: 2177-3246

LINGUAGEM DA POLARIZAÇÃO: ESTRATÉGIAS DISCURSIVAS DE MANIPULAÇÃO EM DEBATES POLÍTICOS NAS REDES SOCIAIS

LANGUAGE OF POLARIZATION: DISCURSIVE STRATEGIES OF MANIPULATION IN POLITICAL DEBATES ON SOCIAL MEDIA

LENGUAJE DE LA POLARIZACIÓN: ESTRATEGIAS DISCURSIVAS DE MANIPULACIÓN EN DEBATES POLÍTICOS EN REDES SOCIALES

https://doi.org/10.56238/revgeov17n11-095

Data de submissão: 04/10/2026 **Data de publicação:** 18/11/2026

Danny de Souza Sobral Silveira
Pós graduação em Língua Portuguesa: Redação e Oratória
E-mail: dannysouzamarketing@gmail.com
Lattes: http://lattes.cnpq.br/6410475566248893

RESUMO

Nas redes sociais, o debate político costuma se organizar como disputa entre dois campos, e a linguagem faz boa parte desse trabalho ao nomear o adversário, distribuir culpas, convocar emoções e oferecer versões dos fatos. Estudos de tradições diferentes descreveram essas estratégias, mas com vocabulários próprios, sem que se saiba se elas operam um mesmo mecanismo. O artigo pergunta se as estratégias descritas como manipulação em debates políticos nas plataformas digitais convergem na construção da polarização pela oposição entre "nós" e "eles" e quais recursos linguísticos aparecem com mais frequência nessas descrições. A análise reúne estudos de análise do discurso, pragmática e linguística aplicada sobre debates em plataformas digitais e organiza os recursos relatados em oito categorias. A desqualificação do adversário é o recurso mais descrito, seguida, com a mesma frequência, pela rotulação, pela descortesia e pelo apelo emocional, enquanto a desinformação e a atribuição de culpa aparecem menos. Os recursos convergem na direção: uns definem o adversário, outros mantêm coeso o próprio grupo. A convergência é mais fraca nos efeitos. Os ataques nem sempre geram mais engajamento, as redes mostram trocas entre os polos em vários contextos, e um único estudo sugere que formatos com réplica favorecem concessões. A oposição entre "nós" e "eles" funciona, portanto, como moldura que os recursos realizam, mas cuja força parece depender do formato da interação e, segundo indícios ainda limitados, do campo político que a mobiliza.

Palavras-chave: Polarização Política. Análise do Discurso. Redes Sociais.

ABSTRACT

On social media, political debate tends to be organized as a contest between two camps, and language does much of this work by naming opponents, assigning blame, summoning emotions and offering versions of the facts. Studies from different traditions have described these strategies in their own vocabularies, and it remains unclear whether they operate a single mechanism. This article asks whether the strategies described as manipulation in political debates on digital platforms converge in building polarization through the opposition between "us" and "them", and which linguistic resources appear most often in these descriptions. The analysis brings together studies in discourse analysis, pragmatics and applied linguistics on debates on digital platforms and organizes the reported resources into eight categories. Disqualification of the opponent is the most frequently described resource, followed, at equal frequency, by labeling, impoliteness and emotional appeal, while disinformation and blame attribution appear less often. The resources converge in direction: some define the opponent,

others keep the in-group cohesive. Convergence is weaker in terms of effects. Attacks do not always generate more engagement, networks show exchanges between poles in several contexts, and a single study suggests that formats that require a reply favor concessions. The opposition between “us” and “them” therefore works as a frame that the resources carry out, but its strength appears to depend on the format of the interaction and, according to still limited evidence, on the political camp that mobilizes it.

Keywords: Political Polarization. Discourse Analysis. Social Media.

RESUMEN
En las redes sociales, el debate político suele organizarse como una disputa entre dos campos, y el lenguaje realiza buena parte de ese trabajo al nombrar al adversario, distribuir culpas, convocar emociones y ofrecer versiones de los hechos. Estudios de tradiciones diferentes han descrito estas estrategias, pero con vocabularios propios, sin que se sepa si ellas operan un mismo mecanismo. El artículo pregunta si las estrategias descritas como manipulación en debates políticos en las plataformas digitales convergen en la construcción de la polarización por la oposición entre “nosotros” y “ellos” y cuáles recursos lingüísticos aparecen con más frecuencia en estas descripciones. El análisis reúne estudios de análisis del discurso, pragmática y lingüística aplicada sobre debates en plataformas digitales y organiza los recursos reportados en ocho categorías. La descalificación del adversario es el recurso más descrito, seguida, con la misma frecuencia, por el etiquetamiento, por la descortesía y por el apelo emocional, mientras que la desinformación y la atribución de culpa aparecen menos. Los recursos convergen en la dirección: unos definen al adversario, otros mantienen cohesionado el propio grupo. La convergencia es más débil en los efectos. Los ataques no siempre generan más engagement, las redes muestran intercambios entre los polos en varios contextos, y un único estudio sugiere que formatos con contrarréplica favorecen concesiones. La oposición entre “nosotros” y “ellos” funciona, por lo tanto, como un marco que los recursos realizan, pero cuya fuerza parece depender del formato de la interacción y, según indicios aún limitados, del campo político que la moviliza.

Palabras clave: Polarización Política. Análisis del Discurso. Redes Sociales.

1 INTRODUÇÃO

Dias depois do assassinato da vereadora Marielle Franco, no Rio de Janeiro, em março de 2018, páginas do Facebook começaram a circular imagens que ligavam a parlamentar ao tráfico, ao uso de drogas e a uma facção criminosa. As mesmas imagens perguntavam ao leitor, em tom de desafio, se ela merecia ser lembrada como heroína. A pergunta não esperava resposta: pedia que quem a lesse escolhesse um lado e passasse a imagem adiante (Oliveira; Tolotti, 2021).

A cena resume um modo de fazer política que se tornou cotidiano. Nas redes sociais, a discussão sobre candidatos, vacinas, eleições ou instituições costuma se organizar como disputa entre dois campos, e boa parte desse trabalho cabe à linguagem. É ela que dá nome ao adversário, distribui culpas, convoca emoções e oferece versões dos fatos a quem já tomou partido. Brito (2026) examinou 7.015.186 tweets publicados por 951.602 usuários na campanha presidencial brasileira de 2022. Encontrou comunidades em que as interações se concentravam entre pessoas de posição semelhante e mensagens marcadas por hostilidade e deslegitimação do adversário. No mesmo ano, as conversas no Twitter sobre a carta em defesa da democracia lançada na Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo (USP) se dividiram em dois agrupamentos com trocas mínimas entre si, e cada um deles adotou uma definição própria de democracia (Silva; Recuero, 2025).

Os estudos de linguagem já descreveram muitas das estratégias em jogo, mas partiram de tradições teóricas diferentes. A teoria da polêmica, formulada por Ruth Amossy, reconhece nesses confrontos três traços constantes: a dicotomização das teses, a polarização social e a desqualificação do outro (El-Dine, 2023). A pragmática sociocultural examina a descortesia que eleva o tom das discussões (Lima, 2020). A linguística sistêmico-funcional, por meio da teoria da avaliação, conhecida como Appraisal, classifica os julgamentos com que usuários culpam governantes (Hansson *et al.*, 2022). A análise crítica do discurso, na vertente sociocognitiva de Teun van Dijk, descreve a apresentação positiva do próprio grupo combinada à apresentação negativa do grupo alheio (Harahap *et al.*, 2026).

Essa diversidade enriquece o campo, mas também cobra um preço. Um mesmo apelido ofensivo é desqualificação para uma tradição, descortesia para outra e julgamento negativo para uma terceira. Por isso não está claro se os estudos descrevem faces de um único mecanismo, a construção de um “eles” contraposto a um “nós”, ou mecanismos que funcionam de modo independente. Há ainda resultados que não se ajustam à expectativa de convergência. No Instagram, deputados evangélicos de esquerda não reproduziram as estratégias de ataque de seus colegas de direita, e as postagens de ataque não ficaram entre as de maior engajamento (Pinheiro; Santos, 2025). Um debate sem mediador entre um cético das vacinas e uma cientista do Instituto Butantan terminou com concessões mútuas e até um

ponto de acordo (Almeida; Martins, 2022). Os estudos ainda não puseram esses recursos lado a lado, atravessando as fronteiras entre as tradições, para testar a tese da convergência contra os achados que a matizam.

A pergunta que orienta este artigo é a seguinte: as estratégias discursivas que os estudos de linguagem descrevem como manipulação em debates políticos nas redes sociais convergem na construção da polarização pela oposição entre "nós" e "eles", e quais recursos linguísticos aparecem com mais frequência nessas descrições?

A resposta interessa para além da linguística. Os episódios de 2018 e de 2022 descritos acima, um deles em plena campanha presidencial, mostram que a disputa nas plataformas já teve peso na vida política brasileira (Oliveira; Tolotti, 2021; Brito, 2026; Silva; Recuero, 2025). As propostas de enfrentamento da polarização, como a educação midiática e o desenho de moderação de conteúdo, dependem de saber que recursos merecem atenção (Harahap *et al.*, 2026). No mesmo sentido, Romero-Rodríguez *et al.* (2023) defendem a educação midiática e a formação ética nos partidos como respostas ao discurso que demoniza o adversário. Se o problema democrático não está nas emoções negativas em si, mas na destituição do outro como interlocutor legítimo (Dibai; Dalmonte, 2022), compreender como a linguagem produz essa destituição é condição para enfrentá-la.

O objetivo geral é identificar e sistematizar as estratégias discursivas que os estudos de análise do discurso, pragmática e linguística aplicada descrevem como mecanismos de manipulação em debates políticos nas redes sociais, e avaliar se elas convergem na construção da polarização pela oposição entre "nós" e "eles". Os objetivos específicos são três. O primeiro é organizar os recursos relatados em categorias que atravessem as tradições teóricas. O segundo é verificar quais recursos, como a rotulação, a desqualificação do adversário e o apelo emocional, aparecem com mais frequência nesses estudos. O terceiro é examinar a relação de cada categoria com a polarização, inclusive nos casos em que essa relação não se confirma.

A contribuição do artigo está na síntese. Ele propõe uma tipologia de oito categorias de recursos, montada a partir de estudos de tradições distintas, e uma leitura que distingue as funções desses recursos diante da fronteira entre os grupos. Alguns servem para nomear e avaliar o adversário; outros, para afetar e informar o próprio grupo. Com essa leitura, o artigo separa a convergência que aparece na descrição das estratégias daquela que os dados de circulação e de engajamento permitem afirmar. Depois da metodologia, o texto trata da fronteira entre "nós" e "eles" como moldura. Em seguida examina a rotulação, a desqualificação, a culpa e a descortesia, depois o apelo emocional e a desinformação, e por fim reúne os achados na discussão.

2 METODOLOGIA

O artigo é uma revisão integrativa de abordagem qualitativa. A escolha decorre da natureza da pergunta. Para saber se as estratégias convergem na construção da polarização, é preciso reunir três tipos de estudo: os que descrevem recursos linguísticos em pequenos conjuntos de postagens, os de análise de conteúdo com contagens e os de análise de redes que mostram como esses discursos circulam. A revisão integrativa permite combinar desenhos tão diferentes numa mesma síntese. O artigo não coletou postagens nem comentários próprios e trabalha com o que os estudos relataram sobre os materiais que examinaram.

A busca usou descritores em português (estratégias discursivas; manipulação discursiva; polarização política; nós e eles; debates políticos em redes sociais) e em inglês (discursive strategies; political polarization; social media debates; us versus them; linguistic manipulation). Os descritores foram combinados em seis consultas temáticas:

- estratégias discursivas em debates políticos nas redes sociais;
- limites da polarização entre “nós” e “eles” no debate político;
- rotulação e desqualificação do adversário nas redes;
- apelo emocional e polarização;
- ideologia e discurso na vertente de van Dijk;
- a combinação equivalente em inglês entre estratégias discursivas, polarização política e mídias sociais.

As seis consultas foram aplicadas a artigos de periódico no OpenAlex, no Crossref, no Oasisbr, portal do Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT) que reúne revistas e repositórios brasileiros, e no Directory of Open Access Journals (DOAJ). As duas primeiras foram aplicadas também a teses, dissertações, livros e capítulos, no OpenAlex e na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD). As consultas foram feitas em novembro de 2026, com recorte de publicações de 2016 a 17 de outubro de 2026. Essa data funciona como corte da coleta: nenhum trabalho publicado depois dela foi considerado.

Os critérios de seleção decorrem do objeto. Entraram trabalhos publicados no recorte, com autoria e resumo identificáveis, que se enquadrassem em um destes três casos:

- análise da linguagem de debates políticos em redes sociais;

- análise do mesmo fenômeno em suporte vizinho, como debates em vídeo e discursos de líderes difundidos por plataformas;
- descrição do contexto direto em que esses discursos circulam, como a estrutura das redes de interação.

O último grupo foi admitido porque a pergunta sobre a polarização não se responde só com a descrição de recursos: é preciso saber se a fronteira desenhada no discurso corresponde a grupos de fato separados. Ficaram de fora registros sem resumo aproveitável, repetições da mesma obra em tradução ou republicação, trabalhos que só partilhavam palavras com o tema, abordagens gerais da polarização sem análise do objeto, anais e coletâneas de resumos de evento, livros didáticos e materiais de curso.

A seleção seguiu etapas sucessivas. Depois da remoção de repetições por DOI e por título, as consultas devolveram 284 registros distintos. A leitura de título e resumo excluiu 25 registros sem resumo, 1 que repetia outra obra e 174 que tratavam de outro assunto, o que deixou 84 registros pertinentes. Desses, 40 foram levados à extração, número fixado como limite para a leitura aprofundada, e 44 registros pertinentes ficaram de fora por esse limite. A extração usou o texto completo de cada estudo quando ele estava disponível e, nos demais casos, o título e o resumo. Por encadeamento de citações, foram acrescentadas 8 obras citadas por duas ou mais das selecionadas e não trazidas pelas consultas, sem recorte de data. Elas entraram por serem referências de base para os conceitos de polarização afetiva, câmaras de eco e populismo digital, e por isso três delas são anteriores a 2016. O conjunto chegou a 48 obras. Na extração, uma foi descartada porque o resumo enunciava a hipótese da pesquisa sem relatar resultados, e as 47 restantes compõem a síntese.

De cada estudo foram extraídos a plataforma e o país, o material analisado, a abordagem teórica, o procedimento, os recursos linguísticos descritos, os números relatados, a relação afirmada com a polarização e os limites declarados pelos autores. A análise temática partiu dos recursos relatados, codificados de forma indutiva, e os agrupou em oito categorias:

- a oposição explícita entre “nós” e “eles”;
- a rotulação, que inclui alcunhas e neologismos depreciativos;
- a desqualificação e a deslegitimação do adversário;
- a atribuição de culpa e a acusação;
- a descortesia, a impolidez e a agressividade verbal;
- o apelo emocional;

• a desinformação e o enquadramento enganoso;
• os recursos próprios das plataformas, como hashtags, memes e vídeos de provocação.

As categorias não são exclusivas, porque um mesmo estudo costuma descrever mais de um recurso.

Dos 47 estudos, 35 descrevem recursos classificáveis nessas categorias. Esse grupo de 35 inclui também trabalhos de natureza teórica, desde que nomeiem recursos linguísticos que se encaixem nas categorias. Os outros 12 são os que não nomeiam recursos dessa ordem: tratam da estrutura de circulação dos discursos, desenvolvem argumentos teóricos sem identificar recursos específicos, examinam o contrato de comunicação com o destinatário ou mapeiam pautas temáticas. Eles entram na segunda parte da análise, a que trata da relação com a polarização. Para cada categoria, a comparação fez três perguntas aos estudos: se o recurso é descrito como operador da fronteira entre os grupos; se há evidência de efeito, como engajamento, adesão ou segregação; e se há registro de situações em que o recurso aparece nos dois lados da disputa ou não produz polarização.

Um limite do método deve ser declarado desde já. A frequência calculada mede quantos estudos descrevem cada recurso, e não quantas vezes ele ocorre nas redes, e por isso depende das categorias com que cada pesquisa foi desenhada.

3 A FRONTEIRA ENTRE "NÓS" E "ELES": A MOLDURA DAS ESTRATÉGIAS

3.1 DA POLÊMICA À POLARIZAÇÃO AFETIVA

Nas diferentes tradições, a oposição entre “nós” e “eles” aparece menos como uma estratégia entre outras do que como a moldura que dá sentido às demais. Na teoria da polêmica, o confronto entre teses antagônicas não visa convencer o oponente, porque não há mudança de posição em jogo. Cada lado tenta desmoralizar o outro diante de um terceiro, o espectador, e é a ele que a argumentação se dirige (El-Dine, 2023). Salerno (2018) aplicou essa grade às reações a uma notícia do jornal La Nación sobre a participação de Cristina Fernández de Kirchner na Cúpula das Américas de 2015, a propósito do conflito das Malvinas. A autora agrupou as estratégias dos internautas em polarização, dicotomização e desqualificação, e cada uma variou entre o Twitter e os comentários de leitores.

A ideia de que o discurso polêmico se dirige ao terceiro tem uma consequência direta para o tema deste artigo. Se o alvo da persuasão é a audiência, a manipulação consiste menos em derrotar o adversário do que em levar o público a escolher o campo de quem fala. O estudo das polêmicas sobre as políticas do governo brasileiro na pandemia de covid-19 chegou a resultado afim. O contrato de comunicação não se firmava com o destinatário diretamente interpelado, mas com destinatários

indiretos que partilhavam os fundamentos morais do locutor e lhe ofereciam o que Patrick Charaudeau chama de contrapartida de conivência (Freitas; Boaventura, 2022). A pergunta das imagens sobre Marielle Franco, lembrada na abertura, funcionava assim: o leitor era convocado a se reconhecer no grupo de quem perguntava.

A vertente sociocognitiva descreve o mesmo movimento pela combinação de autoapresentação positiva e heteroapresentação negativa, uma dupla que reforça a polarização afetiva (Silva; Recuero, 2025). Na leitura de Harahap *et al.* (2026), o par "nós" e "eles" funciona como mecanismo ideológico que traça fronteiras sociais e distribui legitimidade moral no espaço público digital, e não como simples distinção linguística. A noção de polarização afetiva vem da ciência política. Ela designa a antipatia e a desconfiança crescentes entre eleitores de partidos rivais, com origem no partidarismo vivido como identidade social e efeitos que alcançam atitudes fora da política (Iyengar *et al.*, 2018).

Brito (2026) propõe uma distinção que organiza a análise. A polarização trata da distância entre os grupos. A radicalização discursiva é a intensificação do conflito pela linguagem hostil, pela deslegitimação do adversário, pela construção de grupos externos como ameaça e pela rejeição de procedimentos democráticos. Nesse quadro, os recursos linguísticos ficam do lado da radicalização, porque são eles que convertem distância em hostilidade. O próprio autor sustenta que a polarização observada em 2022 não se limitou a diferenças ideológicas e assumiu dimensões afetivas e discursivas.

Falta precisar o que os estudos entendem por manipulação, termo que raramente recebe definição própria. O discurso político se volta mais a incitar do que a argumentar, num jogo de máscaras cujo objetivo é parecer crível (Zimmermann; Freitas, 2025). O enquadramento enviesado e a estrutura ideológica polarizada funcionam como estratégias manipulativas, com as quais veículos hiperpartidários reenquadraram fatos da campanha de 2018 (Soares; Recuero, 2021). Argon e Gonçalves (2022), por sua vez, partem da ideologia como ocultação ou distorção da realidade e lembram, com John B. Thompson, que seus modos de operação (legitimação, dissimulação, unificação, fragmentação e reificação) raramente aparecem isolados. Na leitura deste artigo, o que esses estudos chamam de manipulação é a busca de adesão por um deslocamento: o argumento cede lugar à identidade, à emoção ou à distorção dos fatos.

Romero-Rodríguez *et al.* (2023) oferecem um modelo que ajuda a ligar as próximas seções. Em editorial teórico, os autores descrevem a passagem do discurso de ódio à demonização e à polarização em seis etapas: explorar os interesses da audiência, confrontar os interesses do grupo a ser demonizado, defender os interesses da audiência, introduzir adjetivos desqualificadores, repetir os ataques e radicalizá-los. A demonização produz um "nós" sacralizado e um "outro" estigmatizado, e o resultado é a perda de empatia pelo grupo adversário. O modelo não foi testado com dados, mas suas

etapas correspondem aos recursos que os estudos empíricos descrevem. A rotulação, tratada na seção 4, realiza a introdução dos adjetivos; a desqualificação e a culpa, na seção 5, realizam o confronto; o apelo emocional, na seção 6, realiza a defesa dos interesses da audiência.

3.2 PLATAFORMA, POPULISMO E DESINTERMEDIAÇÃO

A afinidade entre redes sociais e populismo explica por que a fronteira entre os grupos encontrou nas plataformas um ambiente favorável. Para Gerbaudo (2018), as redes passaram a ser vistas como voz do povo diante de uma mídia tradicional associada ao establishment. Ao mesmo tempo, a agregação algorítmica reuniu indivíduos descontentes em multidões partidárias online. O autor observa que essa afinidade serve tanto a um populismo excludente de direita quanto a um populismo de esquerda voltado contra privilégios de banqueiros e políticos. A desintermediação completa o quadro, porque permite ao político controlar o enquadramento da mensagem sem passar por jornalistas (Pinheiro; Santos, 2025).

Os estudos sobre líderes confirmam essa matriz em contextos distintos. Baptista *et al.* (2022) analisaram 1.256 tweets, 661 de Jair Bolsonaro na campanha de 2018 e 595 de Donald Trump na de 2016. A oposição entre um povo homogêneo, representado pelo líder, e inimigos comuns funcionava como ponto de interseção dos quatro eixos da retórica examinada: comunicação direta, ataques, nacionalismo e despolitização. As propostas de governo quase não apareciam. Na campanha legislativa portuguesa de 2022, os 143 tweets de André Ventura, líder do partido Chega, combinavam o conflito entre "nós" e "eles", a ênfase nas disfunções da democracia, o discurso nativista e uma tendência à comunicação negativa (Prior, 2024).

Os repertórios circulam entre países. Depois da eleição norte-americana de 2020, líderes populistas, entre eles Bolsonaro, reproduziram no Twitter o discurso de fraude e conspiração típico de Trump, conforme a análise de 1.497 tweets (Pérez-Curiel *et al.*, 2021). Durante a pandemia, Bolsonaro adaptou ao contexto nacional enquadramentos trumpistas, como a defesa da cloroquina, a minimização da doença e o ataque à mídia, e consolidou um ethos combativo e polarizador (Silva, A. M., 2025).

No Brasil, essa moldura ganhou conteúdo moral. Os três deputados estaduais do Partido Social Liberal (PSL) mais votados em 2018 dedicaram suas 361 postagens no Facebook sobretudo a pautas morais de feição populista, num quadro de guerra cultural em que os valores precediam o discurso econômico (Silva, 2020). A prática do confronto permanente foi descrita como instrumento para manter mobilizados os apoiadores da nova direita (Oliveira *et al.*, 2021). Nos encontros do PL Mulher, os discursos de Michelle Bolsonaro articularam neoconservadorismo e Teologia do Domínio pela lógica do "nós contra eles", com um "povo cristão" homogêneo e virtuoso oposto a um "outro"

demonizado (Gomes, 2025). A matriz populista fornece o binário e a plataforma fornece o canal. As seções seguintes mostram com que recursos a linguagem preenche esse binário.

4 NOMEAR PARA EXCLUIR: ROTULAÇÃO, ALCUNHA E NEOLOGISMO

Construir o "eles" sai mais barato quando o adversário recebe um nome que já traz o julgamento. Oliveira *et al.* (2026) examinaram neologismos escatológicos criados por usuários brasileiros do X em 2025 e 2026 e os organizaram em quatro metáforas conceituais: o país é excremento, o oponente político é resíduo, a decadência é sujeira e a comunicação é lixo. Desse núcleo saem formas que degradam o país, o habitante, as regiões, as identidades políticas e os próprios atos de postar. Os autores resumem a função desses termos numa formulação que vale citar: "Esses termos funcionam como atalhos cognitivos, em vez de se debater ideia, utiliza-se rótulo que já carrega consigo o peso da depreciação" (Oliveira *et al.*, 2026).

O mesmo mapa mostra um dado de interesse para a pergunta deste artigo. Entre os neologismos de identidade política aparecem tanto "Bolsobosta" quanto "Esquerdobosta", formados pelo mesmo molde morfológico (Oliveira *et al.*, 2026). O recurso, portanto, não pertence a um campo: está à disposição dos dois polos, e a simetria da forma reforça a simetria da fronteira. Os autores interpretam a metáfora do nojo como passagem do adversário do campo semântico da humanidade para o do abjeto, movimento que torna a coexistência insuportável e interdita o diálogo.

A rotulação aparece com a mesma função em contextos muito distantes do brasileiro. No Twitter, separatistas iorubás da Nigéria recorreram a rótulos e cunhagens virulentas, à generalização etnocêntrica, à linguagem de ameaça e ao uso da própria língua iorubá para marcar a alteridade. Para isso usaram recursos linguísticos e estilo-ortográficos que a tecnologia digital oferece (Aminu, 2023). No Paquistão, os discursos de Imran Khan e de Maryam Nawaz em 2022, de partidos rivais, chamaram o adversário de "chor", termo para ladrão, e de outros nomes injuriosos para conquistar a opinião pública (Khalil *et al.*, 2024). Mais uma vez os dois lados usaram o mesmo recurso, e os autores observam que a linguagem desrespeitosa fortalece os laços internos do grupo enquanto ignora quem está fora dele.

No Brasil, o rótulo costuma recair sobre a pessoa do líder adversário. Na campanha de 2018, Bolsonaro chamou Fernando Haddad de presidiário em sua conta oficial (Baptista *et al.*, 2022). Nos debates do Twitter sobre a condenação de Luiz Inácio Lula da Silva, a identificação mútua entre grupos de usuários autorizou um discurso sistemático de desrespeito que o tratava como ladrão, bêbado e vagabundo (Cappi, 2017). A militância bolsonarista do Telegram rotulava a esquerda como ameaça, associando-a ao comunismo, ao satanismo e à destruição da família (Dibai; Dalmonte, 2022), numa

reciclagem do antigo anticomunismo também identificada nas publicações de Bolsonaro no X entre 2015 e 2022 (Oliveira, 2024).

O rótulo opera em três tempos. Primeiro categoriza, ao inscrever o adversário num grupo. Depois avalia, porque o nome já vem com a depreciação. Por fim interdita, porque dispensa o argumento. Harahap *et al.* (2026) descrevem esse último efeito na Indonésia: chamar o opositor de "anti-povo" ou de "traidor" o enquadra como moralmente indigno de ser ouvido e estreita o espaço da deliberação. No debate brasileiro analisado por Almeida e Martins (2022), os termos "fascista" e "comunista", trocados entre adversários, cumprem papel semelhante, porque negam à contraparte a condição de participante legítimo.

A plataforma acrescenta a esse recurso a possibilidade de fixação e repetição, que no modelo de Romero-Rodríguez *et al.* (2023) é a penúltima etapa da demonização. A hashtag é o veículo mais visível dessa fixação. Em tuítes sobre a conduta de Bolsonaro, a intertextualidade por alusão presente nas hashtags intensificou o ataque à pessoa ou ao grupo do lado oposto da polêmica (Dutra; Faria, 2022). Na campanha de 2018, as "guerras de hashtags" opuseram duas narrativas sobre os mesmos eventos, uma apoiada no noticiário tradicional e outra em veículos hiperpartidários (Soares; Recuero, 2021). O rótulo condensado em hashtag sai da frase e passa a nomear um campo inteiro da conversa.

5 DESQUALIFICAR, CULPAR E OFENDER: A AVALIAÇÃO NEGATIVA DO ADVERSÁRIO

5.1 O ATAQUE À PESSOA E A DESLEGITIMAÇÃO MORAL

Se o rótulo nomeia o adversário, a desqualificação explica por que ele não merece ser ouvido. O argumento ad hominem, nas três variantes descritas por José Luiz Fiorin (o ataque pessoal direto, o ataque pessoal indireto e a exposição de contradições entre o que o outro diz e o que faz), é a forma clássica desse movimento (El-Dine, 2023). Nos casos de polêmica examinados por El-Dine (2023), como a defesa de um partido nazista feita pelo apresentador Monark num podcast em 2022, os internautas críticos também recorreram ao ataque pessoal, com comentários que chegavam a sugerir agressão física. O autor lê esses comentários como violência verbal reverberada e, com Judith Butler, trata o discurso de ódio como uma forma de conduta, e não só de expressão.

A desqualificação atravessa as fronteiras ideológicas. Zimmermann e Freitas (2025) analisaram uma postagem pública no Facebook, feita em outubro de 2022, e três comentários decorrentes. Concluíram que os discursos de esquerda e de direita partilhavam estratégias semelhantes, sobretudo a desqualificação do adversário por meio de um ethos de identificação tensionado pela emoção. A postagem de esquerda fazia da corrupção a acusação central contra o governo de direita, e os comentários recusavam o contrato proposto, o que os autores tomam como marca da polarização

discursiva. O material é pequeno, mas o achado da simetria se soma ao que a seção 4 mostrou sobre os neologismos.

Na campanha presidencial de 2018, as mensagens do Facebook relacionadas a Bolsonaro e a Haddad traziam atos de fala descorteses, com marcas de agressividade, arrogância, superioridade, manipulação e desqualificação do adversário (Naime, 2021). O protocolo de Brito (2026) para a eleição de 2022 mostra que a desqualificação não é um degrau único. Ele distingue cinco dimensões: hostilidade política, deslegitimação do adversário, construção do adversário como ameaça, rejeição de procedimentos democráticos e defesa ou normalização da violência política. A sequência vai da avaliação negativa à ameaça e reproduz, em escala de intensidade, as etapas finais do modelo de demonização apresentado na seção 3.1, a repetição e a radicalização dos ataques.

O alvo da desqualificação não se limita ao partido rival. Trump e Bolsonaro atacaram a mídia tradicional e se apresentaram como detentores da verdade diante de uma imprensa que mentiria (Baptista *et al.*, 2022). Viscardi (2020) retoma os padrões de campanha reconhecidos por Letícia Cesarino nas mensagens de WhatsApp de 2018, entre os quais estavam desqualificar a mídia e a academia, e examina como Bolsonaro enquadrava as palavras “fake news”, “mentira” e “verdade” em sua conta oficial no Twitter. Na militância do Telegram, a rede de inimigos incluía a direita, as instituições, a imprensa, os partidos, os sindicatos, as organizações não governamentais e conglomerados transnacionais (Dibai; Dalmonte, 2022). O “eles”, nesses casos, é uma categoria elástica, que se amplia conforme a necessidade de quem fala.

A intensidade da desqualificação varia com a situação. Na Polônia de 2020, a agressividade verbal foi menos frequente durante a eleição presidencial do que durante a Greve das Mulheres, mas apareceu de forma mais calculada, como instrumento para deslegitimar adversários e reforçar divisões partidárias (Domalewska, 2025). Nos dados indonésios, a deslegitimação moral dos opositores apareceu em 54% dos casos analisados (Harahap *et al.*, 2026). No caso polonês, a desqualificação parece, assim, mais estratégica no momento de disputa institucional e mais expressiva no momento de protesto, o que sugere, como hipótese que ainda depende de confirmação em outros contextos, que sua relação com a polarização varia com o tipo de evento.

5.2 A CULPA SEM PALAVRÃO

Atribuir culpa é uma forma de desqualificar que nem sempre usa palavras negativas. Hansson *et al.* (2022) montaram um corpus de 579.958 respostas no Twitter, com 11.572.787 palavras, a tweets de 9 ministros e 10 departamentos do governo britânico publicados entre 31 de outubro de 2020 e 31 de janeiro de 2021 sobre a Covid-19 e o Brexit. A palavra “resign” (“renuncie”) ocorreu 10.115 vezes.

Os autores anotaram manualmente 1.000 respostas que pediam renúncia, 500 sobre cada tema, e identificaram 666 julgamentos negativos, distribuídos na Tabela 1.

Tabela 1. Bases e focos dos julgamentos negativos em respostas que pediam a renúncia de ministros britânicos no Twitter, entre outubro de 2020 e janeiro de 2021

Dimensão	**Categoria**	**Julgamentos negativos**	**Parcela do total (%)**
Base do julgamento	Capacidade (incompetência, fracasso de políticas)	262	39,3
Base do julgamento	Veracidade (desonestidade, mentira)	181	27,2
Base do julgamento	Propriedade (corrupção, falta de integridade)	160	24,0
Base do julgamento	Tenacidade (hesitação, recuos)	63	9,5
Foco da culpa	Comportamento	311	46,7
Foco da culpa	Caráter	196	29,4
Foco da culpa	Resultado	159	23,9
Total em cada dimensão		666	100,0

Fonte: elaborado com base em Hansson *et al.* (2022).

A tabela mostra que a culpa se apoiou mais na competência do que na moral. A capacidade respondeu por 39,3% dos julgamentos, e a propriedade, que reúne as acusações de corrupção e falta de integridade, por 24,0%. Os autores concluem que nenhum dos dois temas era visto sobretudo como questão moral naquele momento. As diferenças entre os temas reforçam essa leitura: no Brexit predominou a veracidade, ligada à quebra da confiança pública, e na pandemia sobressaíram a falta de tenacidade, com críticas a decisões tardias e recuos, e a incapacidade atribuída ao caráter dos ministros. Cruzando quatro bases e três focos, os autores chegam a uma tipologia de doze estratégias de culpa.

O achado de maior alcance para este artigo está na forma. Os autores observam que "The language of blame does not always contain explicit negative lexis" (Hansson *et al.*, 2022). A culpa se realiza por julgamentos implícitos e por formas irreais, como imperativos e condicionais, e o próprio pedido de renúncia já é uma acusação. Os autores sustentam que essa ausência de léxico negativo não reduz o poder persuasivo da culpa. A observação ajuda a ler um dado brasileiro. Nas 251 postagens de Pablo Marçal no Instagram durante a campanha à prefeitura de São Paulo em 2024, a autora registra que 92,9% não traziam ataques pessoais explícitos. Ainda assim, 29,85% das postagens continham discurso de ataque, sutil, moderado ou forte, e 34,66% adotavam a narrativa do "nós contra eles" (Silva, M. G., 2025). O ataque estava presente, mas em larga medida sem a marca lexical que o denunciaria.

A comparação com a Indonésia exige cautela. Lá, a deslegitimação moral apareceu em 54% dos casos (Harahap *et al.*, 2026), enquanto nos dados britânicos a propriedade respondeu por 24,0% dos julgamentos. As duas medidas não são equivalentes, porque uma conta casos e a outra conta julgamentos, e os próprios Hansson *et al.* (2022) reconhecem que as bases de avaliação variam de

cultura para cultura. Na leitura deste artigo, a diferença indica que o peso moral da culpa muda com o tema e o contexto, e não que um dos resultados esteja errado.

A culpa também protege o próprio grupo. Na militância do Telegram, quando as mortes da pandemia cresceram e o presidente recusou recomendações sanitárias, os apoiadores não abandonaram o líder e deslocaram a culpa para a esquerda, o Supremo Tribunal Federal (STF), a mídia e os governadores (Dibai; Dalmonte, 2022). No Paquistão, a acusação foi um dos quatro temas dos discursos e dos comentários de apoiadores, ao lado do conflito, da chantagem emocional e do ódio simbólico (Khalil *et al.*, 2024). A culpa, portanto, faz dois movimentos ao mesmo tempo: aponta o "eles" e absolve o "nós".

5.3 A DESCORTESIA COMO MOTOR DA INTERAÇÃO

A descortesia costuma ser vista como ruptura da conversa, mas os estudos de pragmática a descrevem como o que a mantém. Lima (2020) comparou interações sobre temas político-ideológicos no Facebook do Brasil e da Argentina. Na descortesia contemporânea, o comportamento descortês não interrompe a interação: eleva o tom e sustenta a discussão. A chamada descortesia de fustigação funciona como mecanismo de pertencimento ou de oposição ao grupo, pela afiliação exacerbada a um lado e pela recusa do outro. A conclusão do autor dá nome à persistência da fronteira nos dois países: "a bolha não se rompe e la grieta no se cierra" (Lima, 2020).

Os dados de hábitos informativos do mesmo estudo mostram como essa fronteira se reflete no consumo. Entre os brasileiros, 51% disseram se informar em todo tipo de página, 27% em páginas de posição política semelhante à sua, 21% em páginas neutras e 1% em páginas de posição oposta. Entre os argentinos, as parcelas foram de 51%, 29%, 19% e 1% (Lima, 2020). A busca deliberada pela posição contrária é residual. Ainda assim, metade dos informantes afirma circular por páginas de todo tipo, e o autor localiza nas páginas da imprensa tradicional o ponto de encontro entre os leitores dos polos, sem que a bolha se rompa.

No discurso das autoridades, a impolidez serve à proteção da própria imagem. Nas entrevistas de Bolsonaro à imprensa, a retenção do turno de fala, os imperativos e os palavrões funcionaram como defesa quando ele era questionado sobre temas que preferia evitar, e os comentários nas redes reproduziram e propagaram essa agressividade (Valenzuela, 2021). Entre os políticos que atuam como influenciadores, a provocação virou estratégia de visibilidade. Nas 28 postagens mais curtidas de André Janones e Nikolas Ferreira no Instagram durante a campanha de 2022, o flamebait, mensagem agressiva feita para provocar uma guerra de comentários, foi a estratégia predominante: apareceu em 11 postagens, 3 de Janones e 8 de Nikolas (Melo; Pozobon, 2025). Os autores descrevem ainda a figura

do “troll do bem”, que justifica a provocação como combate a um mal e mobiliza a comunidade contra um inimigo comum.

A hostilidade também se mede nos comentários do público, com proporções que impedem generalizações apressadas. Silveira (2018) classificou 8.627 comentários em 16 postagens da página do jornal Zero Hora no Facebook sobre a internação e a morte da ex-primeira-dama Marisa Letícia, entre 24 de janeiro e 4 de fevereiro de 2017. A distribuição foi a seguinte:

- ruído: 4.133 comentários (47,9%);
- discurso de ódio: 3.009 (34,9%);
- combate ao discurso de ódio: 751 (8,7%);
- solidariedade: 369 (4,3%);
- crítica: 365 (4,2%).

Dentro do discurso de ódio, 1.344 comentários visavam Lula, 935 a ex-primeira-dama e 730 os dois. Na postagem sobre o fim do velório, 1.284 dos 2.280 comentários (56,3%) foram classificados como ódio. Mesmo diante de uma morte, o alvo preferencial foi o líder do campo adversário, e a autora observa que o ataque aos rivais promovia o engajamento entre os aliados.

Fora do Brasil, a descortesia assume a forma de guerra de memes. Entre mais de 550.000 postagens do Instagram com a hashtag #fakenews, publicadas de 2012 a 2018 por mais de 198.000 usuários, a maior comunidade ativa reunia apoiadores de Trump que trollavam a mídia liberal, enquanto uma comunidade bem menor trollava Trump e os republicanos (Al-Rawi, 2021). Nos dois lados, a provocação servia para exercer poder sobre a plataforma. A descortesia, nesses estudos, não é ruído: é um operador da fronteira, que sinaliza pertencimento e mantém o confronto aceso. Ela não domina, porém, tudo o que circula. Nos dados poloneses, as postagens neutras predominaram nos dois eventos (Domalewska, 2025), e nos comentários sobre Marisa Letícia o ruído superou o ódio.

6 MOBILIZAR O "NÓS": APELO EMOCIONAL E DESINFORMAÇÃO

Os recursos vistos até aqui apontam para fora, para o adversário. O apelo emocional e a desinformação trabalham sobretudo para dentro e mantêm coeso o grupo de quem fala. O contrato de conivência descrito na seção 3.1 já indicava essa direção (Freitas; Boaventura, 2022). Na militância bolsonarista do Telegram, observada por dois anos, a comunicação se apoiava em dois blocos retóricos complementares: amor ao líder e ódio aos oponentes. Nas duas horas seguintes ao pronunciamento presidencial de 24 de março de 2020, apenas 6 das 1.601 postagens do grupo discordaram

explicitamente do presidente (Dibai; Dalmonte, 2022). Os autores situam o risco democrático num ponto preciso: “O que afeta negativamente a democracia é como esses sentimentos constroem uma política de segregação e destituição do outro, promovendo a restrição democrática, não a expansão” (Dibai; Dalmonte, 2022).

A emoção mobilizada nem sempre é raiva. Nos discursos de Michelle Bolsonaro, a vitimização transforma a vulnerabilidade familiar em instrumento político, que neutraliza críticas e comove a audiência. Segundo o autor, qualquer tentativa de refutação passa a ser vista como nova insensibilidade (Gomes, 2025). No Paquistão, a chantagem emocional foi um dos temas dos discursos (Khalil *et al.*, 2024). No plano teórico, Romero-Rodríguez *et al.* (2023) associam a eficácia do discurso populista às dicotomias simples e à mobilização da raiva e do medo. Com base em pesquisas que citam, os autores relatam ainda que a polarização afetiva gera mobilização mais forte contra um candidato do que a favor de outro, o chamado voto negativo.

Alguns estudos quantificaram o apelo emocional e a narrativa de oposição, como mostra a Tabela 2.

Tabela 2. Estratégias de polarização quantificadas em estudos empíricos

Estudo	**Material analisado**	**Estratégia ou indicador**	**Resultado relatado**
Silva, M. G. (2025)	251 postagens de Pablo Marçal no Instagram, campanha municipal de São Paulo, 2024	Narrativa "nós contra eles"	87 postagens (34,66%)
Silva, M. G. (2025)	Idem	Apelo emocional negativo	119 postagens (47,41%)
Silva, M. G. (2025)	Idem	Adversário como alvo	99 postagens (39,44%)
Silva, M. G. (2025)	Idem	Conteúdo enganoso	91 postagens (36,25%)
Harahap et al. (2026)	150 postagens e 1.200 comentários, Indonésia	Dicotomização "nós" e "eles"	68% dos casos
Harahap et al. (2026)	Idem	Deslegitimação moral dos opositores	54% dos casos
Harahap et al. (2026)	Idem	Engajamento do conteúdo emocional em relação ao neutro	1,8 vez maior
Silveira (2018)	8.627 comentários em 16 postagens de Zero Hora no Facebook, 2017	Discurso de ódio	3.009 comentários (34,9%)
Pinheiro e Santos (2025)	393 postagens de quatro deputados evangélicos de direita no Instagram, 2023	Ataques à esquerda e a Lula	26% das postagens
Pinheiro e Santos (2025)	279 postagens de quatro deputados evangélicos de esquerda no Instagram, 2023	Ação parlamentar	90 postagens (32%)
Melo e Pozobon (2025)	28 postagens de dois deputados no Instagram, campanha de 2022	Flamebait	11 postagens
Dibai e Dalmonte (2022)	1.601 postagens de grupo do Telegram após pronunciamento de 24/03/2020	Discordância explícita do líder	6 postagens

Fonte: elaborado com base em Silva, M. G. (2025), Harahap *et al.* (2026), Silveira (2018), Pinheiro e Santos (2025), Melo e Pozobon (2025) e Dibai e Dalmonte (2022).

No caso de Marçal, o apelo emocional negativo esteve em 47,41% das postagens, contra 45,82% de neutras e 6,77% de positivas. Quanto à narrativa, 34,66% das postagens adotaram o "nós contra eles", 17,93% a narrativa antissistema e 39,84% foram classificadas como neutras. As 19 postagens restantes (7,57%) não aparecem nessas três categorias nas contagens publicadas e ficam aqui como resíduo, sem redistribuição. Somados os alvos "adversário" (39,44%) e "oposição" (30,28%), a maior parte da comunicação mirava o campo rival (Silva, M. G., 2025). A autora associa as publicações de apelo emocional negativo a maior engajamento. Nos dados indonésios, o conteúdo emocional teve engajamento 1,8 vez maior que o neutro (Harahap *et al.*, 2026).

O estudo dos deputados evangélicos introduz uma distinção necessária. Entre os deputados de direita, a categoria mais frequente foi a de ataques à esquerda e a Lula, com 26% das 393 postagens, e o tema da guerra entre Israel e Hamas somou 86 postagens (22%). Entre os de esquerda, predominou a ação parlamentar, com 90 das 279 postagens (32%). A segunda hipótese dos autores foi rejeitada: entre as dez postagens mais curtidas de cada parlamentar, os ataques não se destacaram, e só uma publicação de Nikolas Ferreira foi enquadrada como ataque ao governo Lula. Pinheiro e Santos (2025) concluem que a belicosidade não basta, por si só, para gerar engajamento, e apontam o formato em vídeo, a presença do político e o apelo emocional como fatores de maior peso. O resultado não nega o efeito da emoção. Ele separa emoção de agressão, o que ajuda a conciliar os achados de engajamento da Tabela 2.

A desinformação completa o trabalho voltado para o próprio grupo, porque oferece a ele os fatos que confirmam sua versão. Os estudos de Recuero e Soares (2020) e de Silva, M. G. (2025) indicam que essa desinformação raramente é invenção pura. Recuero e Soares (2020) analisaram 57.295 tweets sobre uma suposta cura da covid-19, publicados entre 20 e 29 de março de 2020. O enquadramento enganoso, que dá sentido falso a informações verdadeiras ou parcialmente verdadeiras, foi a categoria de desinformação mais frequente nos três períodos examinados. Os autores resumem o mecanismo ao afirmar que a desinformação mais bem-sucedida foi aquela com algum embasamento factual, distorcido para construir uma percepção falsa. Na campanha de Marçal, a tipologia mais frequente foi também o conteúdo enganoso, em 91 das 251 postagens (Silva, M. G., 2025).

No estudo de Recuero e Soares (2020), a virada temporal registrada liga a desinformação à fala do líder. Entre 20 e 22 de março, 18 tweets originais de desmentido somaram 7.958 retweets, contra 8 tweets de desinformação com 3.161. Depois do pronunciamento presidencial de 24 de março, a relação se inverteu: entre 27 e 29 de março, 21 tweets de desinformação somaram 5.935 retweets, contra 3 desmentidos com 313 (Recuero; Soares, 2020). Os principais difusores eram líderes de opinião com

posicionamento político, e a disputa deixou de ser uma discussão científica sobre tratamento para se tornar uma disputa política.

A estrutura da rede reforçou esse efeito. Entre março e julho de 2020, no agrupamento favorável à hidroxicloroquina, 72 dos 100 links mais compartilhados continham desinformação. No agrupamento contrário, a proporção foi de 7 em 100. No primeiro grupo, os três links que apresentavam o remédio como prejudicial receberam 12 conexões, contra 511 dos demais (Recuero *et al.*, 2021). Na disputa sobre a carta pela democracia, o agrupamento contrário ao documento combinou a oposição entre "nós" e "eles", a retórica populista e narrativas desinformativas, como a de que artistas apoiavam a carta para obter recursos públicos (Silva; Recuero, 2025). Na leitura de Argon e Gonçalves (2022), as redes fomentaram uma relativização dos fatos em que cada grupo dispõe de verdades próprias. A desinformação, nesse quadro, é uma operação de enquadramento: escolhe que fato entra na conversa e com que sentido, e o entrega ao "nós" como evidência contra o "eles".

7 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A resposta à pergunta é afirmativa em larga medida, mas com ressalvas que mudam o seu alcance. As estratégias descritas pelas diferentes tradições convergem na construção da fronteira entre "nós" e "eles": quase todas foram relatadas como formas de definir o adversário ou de cimentar o próprio grupo. Essa convergência é forte na descrição dos recursos e mais fraca quando se olha para os efeitos medidos e para a estrutura das redes. A Tabela 3 mostra como os 35 estudos que descrevem recursos classificáveis se distribuem pelas oito categorias da análise temática.

Tabela 3. Categorias de recursos linguísticos descritas nos estudos sobre debates políticos em redes sociais

Categoria	**Recursos descritos**	**Estudos**	**Estudos (n)**	**Parcela dos 35 estudos (%)**
Oposição explícita entre "nós" e "eles"	Dicotomização, autoapresentação positiva e heteroapresentação negativa, alteridade	Romero-Rodríguez et al. (2023); Prior (2024); Silva, M. G. (2025); Pinheiro e Santos (2025); Lima (2020); Silva e Recuero (2025); Harahap et al. (2026); Gomes (2025); Baptista et al. (2022); Oliveira (2024); El-Dine (2023); Salerno (2018); Aminu (2023); Shahidi et al. (2025); Dibai e Dalmonte (2022); Soares e Recuero (2021)	16	45,7
Desqualificação e deslegitimação	Ad hominem, deslegitimação moral, ataque a pessoas, à mídia e a instituições	Dutra e Faria (2022); El-Dine (2023); Salerno (2018); Zimmermann e Freitas (2025); Naime (2021); Brito (2026); Harahap et al. (2026); Romero-Rodríguez et al. (2023); Domalewska (2025); Silva, M. G. (2025); Oliveira (2024); Baptista et al. (2022); Pinheiro e Santos (2025); Silva, A. M. (2025)	14	40,0
Rotulação	Alcunhas, rótulos, neologismos depreciativos	Oliveira et al. (2026); Aminu (2023); Khalil et al. (2024); Cappi (2017); Baptista et al. (2022); Harahap et al. (2026); Dibai e Dalmonte (2022); Almeida e Martins (2022)	8	22,9
Descortesia e agressividade verbal	Descortesia, impolidez, discurso de ódio, hostilidade	Lima (2020); Valenzuela (2021); Naime (2021); Domalewska (2025); Melo e Pozobon (2025); Silveira (2018); Khalil et al. (2024); Brito (2026)	8	22,9
Apelo emocional	Raiva, medo, vitimização, afeto ao líder, chantagem emocional	Silva, M. G. (2025); Harahap et al. (2026); Dibai e Dalmonte (2022); Gomes (2025); Romero-Rodríguez et al. (2023); Khalil et al. (2024); Zimmermann e Freitas (2025); Oliveira e Tolotti (2021)	8	22,9
Desinformação	Enquadramento enganoso, discurso de fraude e conspiração, disputa sobre verdade	Recuero e Soares (2020); Soares e Recuero (2021); Silva, M. G. (2025); Silva e Recuero (2025); Oliveira e Tolotti (2021); Viscardi (2020); Pérez-Curiel et al. (2021)	7	20,0
Recursos de plataforma	Hashtag e intertextualidade, memes, vídeos de provocação, recursos estilo-ortográficos	Dutra e Faria (2022); Al-Rawi (2021); Soares e Recuero (2021); Melo e Pozobon (2025); Aminu (2023)	5	14,3
Culpa e acusação	Julgamentos de capacidade, veracidade, propriedade e tenacidade; deslocamento de culpa	Hansson et al. (2022); Khalil et al. (2024); Dibai e Dalmonte (2022)	3	8,6

Fonte: elaborado com base nos estudos indicados em cada linha da tabela.

Como um estudo costuma descrever mais de uma categoria, as parcelas foram calculadas contra o total de 35 estudos, e sua soma ultrapassa 100%. A oposição explícita entre "nós" e "eles" é nomeada em 16 deles (45,7%). Entre os recursos propriamente ditos, a desqualificação do adversário é a mais descrita, em 14 estudos (40,0%). Rotulação, descortesia e apelo emocional vêm em seguida, empatados com 8 estudos cada (22,9%). A desinformação aparece em 7 (20,0%), os recursos de plataforma em 5 (14,3%) e a culpa em 3 (8,6%). No recorte do objetivo, a desqualificação do adversário é o recurso mais frequente nas descrições, e a rotulação e o apelo emocional aparecem com a mesma frequência, abaixo dela.

A leitura que este artigo propõe organiza essas categorias por função. Rotulação e desqualificação nomeiam e avaliam o adversário. A culpa e a descortesia prolongam essa avaliação no plano da responsabilidade e no plano da interação. O apelo emocional e a desinformação se voltam para o próprio grupo, um oferecendo afeto e indignação, o outro oferecendo fatos enquadrados. A convergência, assim, está na direção dos recursos e não na sua forma: todos servem à fronteira, uns pelo lado do "eles", outros pelo lado do "nós". Harahap *et al.* (2026) chegam a formulação próxima: "These findings confirm that polarization is a symbolic construction reinforced by the platform's algorithmic logic." Aminu (2023) vai na mesma linha ao concluir que as estratégias dos separatistas iorubás não refletem diretamente a polarização, mas a constituem.

A frequência de descrição não deve ser confundida com frequência de uso. A desqualificação aparece muito em parte porque a teoria da polêmica a inclui na própria definição do fenômeno (El-Dine, 2023), e a narrativa do "nós contra eles" aparece em parte porque vários protocolos a trazem como categoria de codificação (Silva, M. G., 2025). A culpa, ao contrário, aparece pouco, e uma interpretação possível é que isso se deva em parte ao instrumento de análise: dos três estudos listados na categoria culpa, só Hansson *et al.* (2022) recorrem à teoria da avaliação, como a introdução já informa. Ainda assim, os dados britânicos sugerem que ela é extensa e muitas vezes implícita (Hansson *et al.*, 2022). O que os estudos mais descrevem é, em boa parte, o que suas categorias estão preparadas para ver, e os recursos sem marca lexical explícita tendem a ser sub-representados nessas descrições.

Os recursos aparecem nos dois lados das disputas, mas com intensidade desigual. A simetria está registrada nos neologismos formados pelo mesmo molde para os dois polos (Oliveira *et al.*, 2026), nos rótulos trocados entre líderes paquistaneses rivais (Khalil *et al.*, 2024), nas estratégias partilhadas por esquerda e direita no Facebook (Zimmermann; Freitas, 2025), no flamebait usado pelos dois deputados de 2022 (Melo; Pozobon, 2025) e na trollagem das duas comunidades do Instagram (Al-Rawi, 2021). A assimetria aparece nos estudos brasileiros que medem volumes. O ataque foi mais frequente entre deputados de direita (Pinheiro; Santos, 2025), e a desinformação se concentrou no

agrupamento favorável à hidroxicloroquina, 72 links em 100 contra 7 em 100 (Recuero *et al.*, 2021). O recurso está à disposição de todos, mas o uso varia entre os campos.

No estudo dos deputados evangélicos no Instagram brasileiro, a esquerda evangélica não replicou o confronto da direita, e os ataques não renderam maior engajamento, achado que matiza a tese da convergência (Pinheiro; Santos, 2025). Ele examina o Brasil, o Instagram e um período recente, e rejeita as duas hipóteses que seus autores formularam: a esquerda não replicou sistematicamente as estratégias de confronto da direita, e os ataques não estiveram entre as postagens de maior engajamento (Pinheiro; Santos, 2025). O estudo não nega a fronteira entre "nós" e "eles". Os próprios autores descrevem a retórica maniqueísta como estratégia comum da extrema direita e mostram que o tema da guerra no Oriente Médio servia para associar ser cristão a ser contra a esquerda. O que ele mostra é que a fronteira não se converte automaticamente em engajamento por meio da agressão, o que é coerente com o caráter calculado e menos frequente da agressividade eleitoral observado na Polônia (Domalewska, 2025).

A estrutura das redes também recomenda cautela. Na conversa sobre a carta pela democracia, os índices E-I, que comparam laços externos e internos de cada agrupamento, ficaram entre -0,91 e -0,98, valores próximos do isolamento entre os dois grupos (Silva; Recuero, 2025). Outros estudos, porém, encontram trocas entre os polos. Ao estimar a ideologia de 3,8 milhões de usuários do Twitter, Barberá *et al.* (2015) viram que a troca de informação se concentrava entre semelhantes nos temas políticos, mas não em muitos outros eventos. Concluíram que trabalhos anteriores podem ter superestimado a segregação ideológica. Entre 10,1 milhões de usuários do Facebook, as escolhas individuais limitaram a exposição a conteúdos divergentes mais do que o ordenamento algorítmico (Bakshy *et al.*, 2015). Na eleição canadense de 2011, houve agrupamento em torno de posições partilhadas e também conexões entre ideologias, embora sem mudança de lealdades (Gruzd; Roy, 2014). A revisão de Barberá (2020) identifica as áreas de consenso empírico sobre redes sociais e polarização e as questões que seguem abertas. Brito (2026) adverte no mesmo sentido: "A homofilia, entretanto, não deve ser confundida automaticamente com radicalização."

Outros dois achados dizem respeito à forma da polarização e à sua relação com o volume de interação. No Twitter persa, durante a eleição iraniana de 2024, a rede de mais de 133.000 usuários se dividiu em seis agrupamentos, e os autores descrevem o cenário como multipolar, e não como confronto entre dois polos (Shahidi *et al.*, 2025). Nos comentários do YouTube sobre política espanhola, a relação entre número de comentários e polarização foi positiva e fraca, com correlação de 0,269 no conjunto, e não significativa no caso da Catalunha, com -0,005 (Serrano-Contreras *et al.*, 2020). O discurso desenha um binário que a estrutura das redes confirma só em parte. Khalil *et al.*

(2024) acrescentam que a percepção da polarização se distingue da polarização real e é moldada, em parte, pela incivilidade experimentada online.

O gênero e o formato da interação condicionam a convergência. No debate não mediado entre o cético das vacinas e a cientista do Butantan, a exigência de réplica em tempo real e o endereçamento a um público geral favoreceram concessões e reduziram estigmatizações (Almeida; Martins, 2022). Salerno (2018) já havia registrado que as estratégias de polarização, dicotomização e desqualificação variavam entre o Twitter e os comentários de leitores. A fronteira entre "nós" e "eles" é, assim, uma construção que alguns formatos favorecem e outros atenuam, e não uma propriedade fixa da linguagem política nas redes.

Três consequências decorrem desses resultados. A primeira é analítica. Como a oposição entre "nós" e "eles" funciona como moldura, a pesquisa ganha ao tratá-la como hipótese a examinar, e não como categoria de partida, e ao concentrar a análise nos operadores que a realizam, sobretudo os implícitos. A culpa sem léxico negativo, descrita por Hansson *et al.* (2022), e o enquadramento enganoso, descrito por Recuero e Soares (2020), estão entre os recursos que mais dependem de instrumentos finos para aparecer.

A segunda consequência diz respeito às respostas institucionais. Os achados de Hansson *et al.* (2022) sobre a culpa sem léxico negativo e de Recuero e Soares (2020) sobre o enquadramento enganoso de fatos verdadeiros permitem inferir que controles baseados em palavras tenderiam a captar o rótulo escatológico e o insulto, mas não os recursos que operam pela conivência, pela culpa implícita e pela distorção de fatos verdadeiros, já que estes dispensam o vocabulário negativo. Por isso as propostas de letramento crítico do discurso e de moderação mais dialógica (Harahap *et al.*, 2026) e de educação midiática (Romero-Rodríguez *et al.*, 2023) ganham peso quando visam reconhecer a função dos recursos, e não só o seu vocabulário.

A terceira consequência é democrática. Se a emoção negativa não é, por si só, o problema (Dibai; Dalmonte, 2022), e se formatos com réplica favorecem concessões (Almeida; Martins, 2022), o que importa é o desenho dos espaços de interação. O caso do debate sem mediador sugere, como hipótese ainda apoiada em um único estudo (Almeida; Martins, 2022), que ambientes que impõem resposta, contraditório e endereçamento ao público geral ofereçam condições menos favoráveis à destituição do outro do que ambientes de difusão sem réplica, o que pede verificação em outros formatos e plataformas.

8 CONCLUSÃO

O artigo perguntou se as estratégias que os estudos de linguagem descrevem como manipulação em debates políticos nas redes sociais convergem na construção da polarização pela oposição entre "nós" e "eles", e quais recursos aparecem com mais frequência nessas descrições. A síntese mostra que a convergência existe na direção dos recursos. Rótulos, desqualificações, culpas e descortesias definem o adversário, enquanto o apelo emocional e a desinformação mantêm coeso o próprio grupo. Tradições tão distintas quanto a teoria da polêmica, a pragmática da descortesia, a teoria da avaliação e a análise crítica do discurso descrevem, com vocabulários próprios, operadores da mesma fronteira.

Quanto à frequência, a desqualificação do adversário é o recurso mais descrito, em 14 dos 35 estudos que tratam de recursos. Rotulação, descortesia e apelo emocional aparecem em 8 cada, a desinformação em 7 e a culpa em 3. A própria oposição entre "nós" e "eles" é nomeada em 16 estudos, mais como moldura do que como recurso.

O objetivo foi cumprido com ressalvas. A convergência na descrição não se repete com a mesma força nos efeitos. Os ataques não estiveram entre as postagens de maior engajamento no caso dos deputados evangélicos, a estrutura das redes mostra trocas entre os polos em vários contextos, há casos de polarização multipolar, e um debate com réplica produziu concessões. Os recursos aparecem nos dois lados das disputas, mas dois estudos brasileiros que medem volumes (Pinheiro e Santos, 2025; Recuero *et al.*, 2021) registram uso mais intenso do ataque e da desinformação em um dos campos, o que constitui indício, e não padrão estabelecido.

Este artigo mede a frequência com que os estudos descrevem cada recurso, e não a frequência dos recursos nas redes, o que pede cautela ao tomar a Tabela 3 como retrato do que circula. Os estudos reunidos se concentram no Brasil e em plataformas como Twitter (X), Facebook e Instagram, e só um deles examina um aplicativo de mensagens, o Telegram. Parte dos estudos foi consultada pelo resumo, a busca não incluiu a base SciELO e registros pertinentes ficaram fora pelo limite fixado para a extração. Falta comparar, com o mesmo protocolo, os recursos usados pelos dois lados de uma mesma disputa e medir seu efeito sobre o engajamento.

A contribuição deste artigo é mostrar que os recursos descritos por tradições distintas convergem na direção, ao servir à fronteira entre "nós" e "eles", mas não na forma nem no efeito, o que desloca a pergunta da existência da polarização discursiva para as condições em que ela se sustenta.

REFERÊNCIAS

AL-RAWI, Ahmed. Political memes and fake news discourses on Instagram. Media and Communication, v. 9, n. 1, p. 276-290, 2021. DOI: 10.17645/mac.v9i1.3533. Disponível em: https://doi.org/10.17645/mac.v9i1.3533. Acesso em: 17 out. 2026.

ALMEIDA, Tainá; MARTINS, Thiago da Silva. O gênero "debate não mediado" e a polarização política: uma análise bakhtiniana. fólio - revista de letras, v. 14, n. 1, 2022. DOI: 10.22481/folio.v14i1.9980. Disponível em: https://doi.org/10.22481/folio.v14i1.9980. Acesso em: 17 out. 2026.

AMINU, PraiseGod. Digital resistance: discursive construction of polarization and otherness in Oduduwa secessionists' social media discourse. Discourse & Society, v. 35, n. 1, p. 27-47, 2023. DOI: 10.1177/09579265231194171. Disponível em: https://doi.org/10.1177/09579265231194171. Acesso em: 17 out. 2026.

ARGON, Alexandre; GONÇALVES, Patricia do Espirito Santo. Ideologia e polarização política no Brasil: origens, causas e consequências. Humanidades em Perspectivas, 2022. Disponível em: https://www.revistasuninter.com/revista-humanidades/index.php/revista-humanidades/article/view/157. Acesso em: 17 out. 2026.

BAKSHY, Eytan; MESSING, Solomon; ADAMIC, Lada A. Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook. Science, v. 348, n. 6239, p. 1130-1132, 2015. DOI: 10.1126/science.aaa1160. Disponível em: https://doi.org/10.1126/science.aaa1160. Acesso em: 17 out. 2026.

BAPTISTA, Érica Anita; HAUBER, Gabriella; ORLANDINI, Maiara Garcia. Despolitização e populismo: as estratégias discursivas de Trump e Bolsonaro. Media & Jornalismo, v. 22, n. 40, p. 105-119, 2022. DOI: 10.14195/2183-5462_40_5. Disponível em: https://doi.org/10.14195/2183-5462_40_5. Acesso em: 17 out. 2026.

BARBERÁ, Pablo. Social media, echo chambers, and political polarization. Capítulo de livro. Cambridge University Press eBooks, 2020. p. 34-55. DOI: 10.1017/9781108890960.004. Disponível em: https://doi.org/10.1017/9781108890960.004. Acesso em: 17 out. 2026.

BARBERÁ, Pablo *et al.* Tweeting from left to right: is online political communication more than an echo chamber? Psychological Science, v. 26, n. 10, p. 1531-1542, 2015. DOI: 10.1177/0956797615594620. Disponível em: https://doi.org/10.1177/0956797615594620. Acesso em: 17 out. 2026.

BRITO, Edvaldo Barbosa. Redes sociais e radicalização do discurso político. Ivy Enber Scientific Journal, v. 6, n. 2, p. 259, 2026. DOI: 10.57108/iesj.2026.6-2.12. Disponível em: https://doi.org/10.57108/iesj.2026.6-2.12. Acesso em: 17 out. 2026.

CAPPI, Juliano. Internet, big data e discurso de ódio: reflexões sobre as dinâmicas de interação no Twitter e os novos ambientes de debate político. 2017. Tese ou dissertação. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), 2017. Disponível em: https://tede2.pucsp.br/handle/handle/20644. Acesso em: 17 out. 2026.

DIBAI, Priscilla Cabral; DALMONTE, Edson Fernando. A militância bolsonarista em redes online: polarização afetiva e os impactos à comunicação democrática. Revista ECO-Pós, v. 25, n. 2, p. 142-

168, 2022. DOI: 10.29146/ecops.v25i2.27892. Disponível em: https://doi.org/10.29146/ecops.v25i2.27892. Acesso em: 17 out. 2026.

DOMALEWSKA, Dorota. Online verbal aggression on social media during times of political turmoil: discursive patterns from Poland's 2020 protests and election. Journalism and Media, v. 6, n. 3, p. 146, 2025. DOI: 10.3390/journalmedia6030146. Disponível em: https://doi.org/10.3390/journalmedia6030146. Acesso em: 17 out. 2026.

DUTRA, Rafael Botelho; FARIA, Maria da Graça dos Santos. Intertextualidade e desqualificação do adversário no uso da hashtag em tuítes. Revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação, v. 22, n. 3, p. 92-109, 2022. DOI: 10.47369/eidea-22-3-3528. Disponível em: https://doi.org/10.47369/eidea-22-3-3528. Acesso em: 17 out. 2026.

EL-DINE, Igor Pires Zem. A modalidade argumentativa polêmica nas redes sociais: uma análise textual-discursiva. Revista Heterotópica, v. 5, n. 2, p. 77-93, 2023. DOI: 10.14393/htp-v5n2-2023-70033. Disponível em: https://doi.org/10.14393/htp-v5n2-2023-70033. Acesso em: 17 out. 2026.

FREITAS, Ernani Cesar; BOAVENTURA, Luis Henrique. O Brasil e a polarização política no contexto da COVID-19. Revista Eletrónica de Estudios Integrados en Discurso y Argumentación, v. 22, p. 68-87, 2022. DOI: 10.47369/eidea-22-esp.-3544. Disponível em: https://doi.org/10.47369/eidea-22-esp.-3544. Acesso em: 17 out. 2026.

GERBAUDO, Paolo. Social media and populism: an elective affinity? Media Culture & Society, v. 40, n. 5, p. 745-753, 2018. DOI: 10.1177/0163443718772192. Disponível em: https://doi.org/10.1177/0163443718772192. Acesso em: 17 out. 2026.

GOMES, Ramon de Oliveira. Nós, vós, eles: a gramática do populismo neoconservador e a Teologia do Domínio nos discursos de Michelle Bolsonaro no PL Mulher. Revista Aurora, v. 18, p. e025025, 2025. DOI: 10.36311/1982-8004.2025.v18.e025025. Disponível em: https://doi.org/10.36311/1982-8004.2025.v18.e025025. Acesso em: 17 out. 2026.

GRUZD, Anatoliy A.; ROY, Jeffrey P. Investigating political polarization on Twitter: a Canadian perspective. Policy & Internet, v. 6, n. 1, p. 28-45, 2014. DOI: 10.1002/1944-2866.poi354. Disponível em: https://doi.org/10.1002/1944-2866.poi354. Acesso em: 17 out. 2026.

HANSSON, Sten; PAGE, Ruth; FUOLI, Matteo. Discursive strategies of blaming: the language of judgment and political protest online. Social Media + Society, v. 8, n. 4, 2022. DOI: 10.1177/20563051221138753. Disponível em: https://doi.org/10.1177/20563051221138753. Acesso em: 17 out. 2026.

HARAHAP, Mhd. Harvinsyah Rozi; SIKUMBANG, Ahmad Tamrin; TANJUNG, Ahmad Suja'i. Application of critical discourse analysis in studying political polarization in social media. Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi (Universitas Islam Negeri Sumatera Utara), 2026. DOI: 10.30829/jai.v15i1.28627. Disponível em: https://doi.org/10.30829/jai.v15i1.28627. Acesso em: 17 out. 2026.

IYENGAR, Shanto *et al.* The origins and consequences of affective polarization in the United States. Annual Review of Political Science, v. 22, n. 1, p. 129-146, 2018. DOI: 10.1146/annurev-polisci-051117-073034. Disponível em: https://doi.org/10.1146/annurev-polisci-051117-073034. Acesso em: 17 out. 2026.

KHALIL, Muhammad *et al.* Linguistic polarization through social media: a study of Pakistani social media and politics. International Research Journal of Management and Social Sciences, 2024. Disponível em: https://irjmss.com/index.php/irjmss/article/view/268. Acesso em: 17 out. 2026.

LIMA, Fábio Barbosa de. Entre bolhas e grietas: a polarização político-ideológica nas redes sociais. Estudos Linguísticos e Literários, n. 67, p. 63-81, 2020. DOI: 10.9771/ell.v0i67.44100. Disponível em: https://doi.org/10.9771/ell.v0i67.44100. Acesso em: 17 out. 2026.

MELO, Gabriela Pereira; POZOBON, Rejane de Oliveira. Polarização afetiva e ciberviolência no discurso digital de políticos-influenciadores brasileiros. Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación, n. 23, p. raeic122308, 2025. DOI: 10.24137/raeic.12.23.8. Disponível em: https://doi.org/10.24137/raeic.12.23.8. Acesso em: 17 out. 2026.

NAIME, Andreia Gonçalves Gomes. Agressividade e violência verbais nas mensagens das redes sociais: análise de interações discursivas no Facebook: o caso das eleições presidenciais brasileiras de 2018. 2021. Dissertação. Portuguese National Funding Agency for Science, Research and Technology (RCAAP Project by FCT), 2021. Disponível em: http://hdl.handle.net/10400.2/10667. Acesso em: 17 out. 2026.

OLIVEIRA, André Silva de; LEITE, Breno Rodrigo de Messias; MARQUES, Rodolfo Silva. New right wing in Brazil and political communications strategies in social media. Em Tese, v. 18, n. 2, p. 245-269, 2021. DOI: 10.5007/1806.5023.2021.e78974. Disponível em: https://doi.org/10.5007/1806.5023.2021.e78974. Acesso em: 17 out. 2026.

OLIVEIRA, Felipe Moura; TOLOTTI, Gabrielle. Marielle Franco: polarização, fake news e pós-verdade. Questões Transversais, 2021. Disponível em: https://revistas.unisinos.br/index.php/questoes/article/view/18640. Acesso em: 17 out. 2026.

OLIVEIRA, Jéssica Gomes de. Estratégias retóricas, valores ideológicos e imaginários políticos indicadores de um discurso neoconservador veiculado em redes sociais. 2024. Tese ou dissertação. Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais (CEFET-MG), 2024. Disponível em: https://repositorio.cefetmg.br//handle/123456789/1361. Acesso em: 17 out. 2026.

OLIVEIRA, Rafael Loango de; MANSO, Vanderson Souza; MACEDO, Ana Maria. O nojo como argumento: semântica e ideologia nos neologismos escatológicos do X. Revista Fronteira Digital, 2026. DOI: 10.30681/fd.v1i14.15270. Disponível em: https://doi.org/10.30681/fd.v1i14.15270. Acesso em: 17 out. 2026.

PÉREZ-CURIEL, Concha; RIVAS-DE-ROCA, Rubén; GARCÍA-GORDILLO, Mar. Impact of Trump's digital rhetoric on the US elections: a view from worldwide far-right populism. Social Sciences, v. 10, n. 5, p. 152, 2021. DOI: 10.3390/socsci10050152. Disponível em: https://doi.org/10.3390/socsci10050152. Acesso em: 17 out. 2026.

PINHEIRO, Robert Felipe; SANTOS, Asmynne Barbosa dos. Deus, algoritmo e conflito político: estratégias discursivas de deputados evangélicos no Instagram. Estudos de Sociologia, v. 3, n. 31, p. 71-93, 2025. DOI: 10.51359/2317-5427.2025.267414. Disponível em: https://doi.org/10.51359/2317-5427.2025.267414. Acesso em: 17 out. 2026.

PRIOR, Hélder. Social media and the rise of radical right populism in Portugal: the communicative strategies of André Ventura on X in the 2022 elections. Humanities & Social Sciences

Communications, v. 11, n. 1, p. 1-10, 2024. DOI: 10.1057/s41599-024-03224-w. Disponível em: https://doi.org/10.1057/s41599-024-03224-w. Acesso em: 17 out. 2026.

RECUERO, Raquel; SOARES, Felipe Bonow. Discurso desinformativo sobre a cura do COVID-19 no Twitter: estudo de caso. E-Compós, v. 24, 2020. DOI: 10.30962/ec.2127. Disponível em: https://doi.org/10.30962/ec.2127. Acesso em: 17 out. 2026.

RECUERO, Raquel; SOARES, Felipe Bonow; ZAGO, Gabriela da Silva. Polarização, hiperpartidarismo e câmaras de eco: como circula a desinformação sobre Covid-19 no Twitter. Revista Contracampo, v. 40, n. 1, 2021. DOI: 10.22409/contracampo.v40i1.45611. Disponível em: https://doi.org/10.22409/contracampo.v40i1.45611. Acesso em: 17 out. 2026.

ROMERO-RODRÍGUEZ, Luis M.; CASTILLO-ABDUL, Bárbara; CUESTA-VALIÑO, Pedro. The process of the transfer of hate speech to demonization and social polarization. Politics and Governance, v. 11, n. 2, p. 109-113, 2023. DOI: 10.17645/pag.v11i2.6663. Disponível em: https://doi.org/10.17645/pag.v11i2.6663. Acesso em: 17 out. 2026.

SALERNO, Paula. Polemical speech and interaction on Twitter and on readers' comments: Malvinas case during last CFK's tenure. ALED, v. 18, n. 1, p. 4-22, 2018. DOI: 10.35956/v.18.n1.2018.p.4-22. Disponível em: https://doi.org/10.35956/v.18.n1.2018.p.4-22. Acesso em: 17 out. 2026.

SERRANO-CONTRERAS, Ignacio-Jesús; GARCÍA-MARÍN, Javier; LUENGO, Óscar G. Measuring online political dialogue: does polarization trigger more deliberation? Media and Communication, v. 8, n. 4, p. 63-72, 2020. DOI: 10.17645/mac.v8i4.3149. Disponível em: https://doi.org/10.17645/mac.v8i4.3149. Acesso em: 17 out. 2026.

SHAHIDI, Mahshid; HASSANI, Hossein; HADDADY, Marzieh. Political polarization mechanics on Persian Twitter (X): a social network analysis of the 2024 Iranian presidential election. Cyberspace Studies, v. 9, n. 1, p. 175-201, 2025. DOI: 10.22059/jcss.2025.388449.1122. Disponível em: https://doi.org/10.22059/jcss.2025.388449.1122. Acesso em: 17 out. 2026.

SILVA, Alexandre Marques. Trumpnaro. Revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação, v. 25, n. 3, p. 255-284, 2025. DOI: 10.47369/eidea-25-3-4837. Disponível em: https://doi.org/10.47369/eidea-25-3-4837. Acesso em: 17 out. 2026.

SILVA, Mariana Gomes da. Estratégias desinformacionais nas eleições: o uso das redes sociais por Pablo Marçal em 2024. 2025. Trabalho de conclusão de curso (Jornalismo). PUCRS Repository (Pontifical Catholic University of Rio Grande do Sul), 2025. Disponível em: https://hdl.handle.net/10923/27646. Acesso em: 17 out. 2026.

SILVA, Maurilio; RECUERO, Raquel. Polarized democracies: unveiling distinct perspectives on the concept of Democracy in Brazilian social media political conversations. Estudos em Comunicação, 2025. DOI: 10.25768/1646-4974n41v1a01. Disponível em: https://doi.org/10.25768/1646-4974n41v1a01. Acesso em: 17 out. 2026.

SILVA, Rafael Rocha Alves da. Bolsonarismo, eleições e redes sociais: uma análise das estratégias discursivas dos deputados supervotados do PSL no Facebook. 2020. Dissertação. Universidade Federal do Ceará (UFC), 2020. Disponível em: http://www.repositorio.ufc.br/handle/riufc/57119. Acesso em: 17 out. 2026.

SILVEIRA, Débora Ely. Marisa Letícia: morte, política e ódio em tempos de redes sociais e polarização. 2018. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais). PUCRS Repository (Pontifical Catholic University of Rio Grande do Sul), 2018. Disponível em: http://hdl.handle.net/10923/14203. Acesso em: 17 out. 2026.

SOARES, Felipe Bonow; RECUERO, Raquel. Hashtag wars: political disinformation and discursive struggles on Twitter conversations during the 2018 Brazilian presidential campaign. Social Media + Society, v. 7, n. 2, 2021. DOI: 10.1177/20563051211009073. Disponível em: https://doi.org/10.1177/20563051211009073. Acesso em: 17 out. 2026.

VALENZUELA, Gabriela Viviana Barrueco. A impolidez no discurso político como encorajamento da violência verbal. 2021. Tese ou dissertação. Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), 2021. Disponível em: https://repositorio.ufms.br/handle/123456789/4021. Acesso em: 17 out. 2026.

VISCARDI, Janaísa Martins. Fake news, verdade e mentira sob a ótica de Jair Bolsonaro no Twitter. Trabalhos em Linguística Aplicada, v. 59, n. 2, p. 1134-1157, 2020. DOI: 10.1590/010318137158916202005 20. Disponível em: https://doi.org/10.1590/010318137158916202005 20. Acesso em: 17 out. 2026.

ZIMMERMANN, Gabriela de Oliveira; FREITAS, Ernani Cesar de. Discurso político e polarização do contrato de comunicação: encenação do ato de linguagem em postagem no Facebook. Diálogo das Letras, v. 14, p. e02512, 2025. DOI: 10.22297/2316-17952025v14e02512. Disponível em: https://doi.org/10.22297/2316-17952025v14e02512. Acesso em: 17 out. 2026.