

As Flutuações de Longo Prazo da Polarização no Brasil – Análise do Compartilhamento de Informações Políticas Entre 2011 e 2019*

Marcelo Alves dos Santos Junior¹ 

¹Professor do Departamento de Comunicação da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-RIO). Rio de Janeiro, RJ. Brasil.

E-mail: marcelo_alves@puc-rio.br

Banco de Dados: <https://dataverse.harvard.edu/dataset.xhtml?persistentId=doi:10.7910/DVN/4JTKTI> 

INTRODUÇÃO

As pesquisas sobre polarização política se sustentam em um paradigma, simétrico e estável, de declínio das posições moderadas e concentração acentuada nos extremos a partir do afastamento entre clivagens político-ideológicas e a cristalização de seus hábitos midiáticos. Quais são as fontes informacionais citadas por campos políticos opostos nas mídias sociais no longo prazo? A despeito de ser um tema comum na imprensa especializada ou de ser associado à percepção de intensos conflitos nas conversas cotidianas e em círculos familiares e profissionais, a pesquisa aplicada sobre polarização política no Brasil ainda está em andamento e não possui achados consistentes e de longo prazo. Isso se reflete, particularmente, quando se compara resultados da análise de campanhas eleitorais em mídias digitais que indicam polarização crescente com dados históricos sobre comportamento eleitoral que apontam a convergência ao centro na opinião pública. É fundamental desenvolver um arcabouço teórico-metodológico e um desenho de pesquisa que contribua com o conhecimento das áreas ao integrar perspectivas multidisciplinares sobre o assunto.

*A pesquisa realizada para a elaboração do artigo contou com o financiamento da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES).

O argumento deste artigo é que, considerando a fragmentação do sistema partidário e as características de concentração e ativismo do sistema midiático brasileiro, os padrões de polarização política aferidos pela circulação das informações políticas nas mídias sociais são, ao mesmo tempo, instáveis e inconsistentes no longo prazo. A conjuntura política da última década foi marcada por diversos traumas, entre eles, o declínio da virada à esquerda, um impeachment altamente contestado que contrapôs movimentos de rua antagônicos, a perda da hegemonia do PSDB no campo de centro-direita e o surgimento de uma liderança de extrema-direita autoritária e popular. Ou seja, o país atravessou transformações importantes não somente na configuração das bases do governo federal e de sua oposição, mas também no eixo ideológico. Ademais, Jair Bolsonaro lidera um movimento de apelo massivo, com intensa mobilização digital, que capturou e ressignificou bandeiras de esquerda – especialmente a crítica à mídia tradicional. Isso afeta a relação historicamente conflituosa entre o campo progressista e o jornalismo profissional.

Por isso, em uma conjuntura nacional crítica e sensível à volatilidade eleitoral de curto prazo, este texto sugere que a polarização é instável e sujeita a realinhamentos nos fluxos de circulação de informação em ambientes digitais. Nesse sentido, defendemos que o fenômeno não se apresenta de forma estanque e rígida no longo prazo. Antes de tomar as relações entre mídia e política de forma geral e a polarização como dadas, esta pesquisa busca identificar características longitudinais que podem ter desencadeado um distanciamento entre padrões de circulação de informação política no ambiente digital e suas consequências para a comunicação política no contexto nacional. Ao observar o fenômeno por diversos anos e pleitos eleitorais, é possível que mudanças no comportamento da imprensa, comportamento eleitoral ou na estratégia de atores políticos nacionais não somente influenciem o nível de polarização, mas também a consistência das fontes informacionais referenciadas pelos campos políticos.

A pesquisa empírica analisa a dieta informacional e o fluxo de informações políticas nas mídias sociais a fim de compreender se há segregação ideológica, ou seja, padrões insulares de citação de veículos de mídia. Ademais, questiona se esse modelo é significativamente estável no recorte longitudinal, sendo capaz de perdurar por diferentes configurações da política nacional, ou se é sujeito a realinhamentos e inversões de polos de acordo com os rumos da competição

política nacional e as dinâmicas na opinião pública. Para jogar luz sobre esses problemas, a análise se debruça sobre as postagens de links no Facebook feitas por redes de atores de acordo com seu posicionamento de rede, identificado como de esquerda ou de direita. O banco de dados contempla 7,7 milhões de publicações feitas por 2.539 páginas entre 2011 e 2019.

Os resultados contribuem com a literatura da área de comunicação política, indicando que a insularidade no compartilhamento de informações no Facebook é predominante em fontes advocatícias ou hiper-partidárias; já a distribuição da circulação de veículos da imprensa tradicional se concentra ao centro com uma inclinação à direita. Alguns sites são apropriados em proporções similares na esquerda e na direita, como a Folha de S. Paulo, enquanto outros circulam preferencialmente em um lado da rede, como: Gazeta do Povo, IstoÉ e Veja. As dinâmicas temporais de compartilhamento de links jornalísticos evidenciam que o jornalismo tradicional foi majoritariamente propagado pela direita em 2014 e 2015 e depois, nos anos seguintes, passa a haver uma tendência de crescimento da proporção de compartilhamentos entre atores de esquerda. Entre os links de sites classificados como de mídia alternativa, percebe-se uma tendência ascendente à direita a partir de 2015 e um declínio à esquerda. Além disso, as referências informacionais dos atores de direita tem um coeficiente de similaridade mais alto, indicando um hábito midiático mais estreito e insular.

O texto está organizado em quatro partes. A primeira apresenta o estado da arte da pesquisa sobre polarização e constrói uma proposta teórica multidisciplinar que articula conceitos de ciência política, comunicação política e tecnologia. A partir do debate com a literatura especializada, o último subtítulo desse trecho desenvolve o argumento original de polarização instável na conjuntura brasileira. A segunda parte detalha o desenho de pesquisa, perspectiva metodológica, as hipóteses derivadas de pesquisas anteriores, os procedimentos para a seleção das páginas, as técnicas de composição do banco de dados e a classificação das variáveis. A terceira parte expõe os resultados da análise de dados. A última parte discute as implicações dos achados para pesquisa sobre polarização e sobre a relação entre mídia e política e aponta caminhos para investigações futuras.

DESENHANDO UM QUADRO CONCEITUAL INTEGRADO PARA COMPREENDER A POLARIZAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E POLÍTICA

Embora polarização política seja um conceito bastante acionado para analisar a conjuntura contemporânea, a literatura especializada vem encontrando resultados conflitantes de acordo com a conjuntura do país e as metodologias aplicadas, em que parte encontra evidências de segregação informacional e exposição seletiva, enquanto outros achados reforçam a ideia de exposição accidental (Bail, 2021; Bruns, 2019; Fletcher e Nielsen, 2018; Lee e Kim, 2017). Para contornar esses problemas, este trabalho propõe um arcabouço teórico multidisciplinar e integrado que dialoga com conceitos da ciência política, comunicação, jornalismo e tecnologia para estudar as condições e possibilidades da polarização política no Brasil. Dessa forma, o argumento articula as discussões e achados sobre: a) sistema partidário e comportamento eleitoral brasileiros; b) sistema midiático e paralelismo político; e c) ascensão da comunicação digital e potenciais efeitos das tecnologias. Os próximos trechos desdobram esses pontos conceituais que, em seguida, serão integrados na proposta original do artigo.

ASPECTOS POLÍTICOS: SISTEMA E IDENTIFICAÇÃO PARTIDÁRIOS

Os fundamentos teóricos dos aspectos políticos do conceito de polarização remontam à tipologia de sistemas partidários de Sartori (2005). O autor categoriza sistemas partidários a partir da quantidade de partidos e do distanciamento ideológico de suas pautas e ideias. O modelo de pluralismo polarizado se aplica, então, a um sistema com mais de seis partidos e um movimento centrífugo de afastamento de posições moderadas em função da concentração de eleitores nos polos ideológicos (Downs, 1957). Nesse sentido, duas condições devem ser correspondidas para classificar um sistema como polarizado: o alto número de partidos e uma distribuição teórica das visões ideológicas com um esvaziamento no centro e acúmulo nas margens numa escala unidimensional (Fiorina e Abrams, 2008). Há, pelo menos, duas formas principais de aferir a polarização política de um sistema político nacional: o comportamento das elites partidárias e a disposição da opinião pública.

No primeiro nível, os analistas avaliam o histórico de votações e percepções dos parlamentares, encontrando polarização quando há distinções significativas nos posicionamentos de parlamentares na

escala ideológica e um esvaziamento dos moderados (Poole e Rosenthal, 1984). Há relativo consenso na literatura estadunidense acerca da polarização das elites políticas, apontada por meio do crescimento exponencial do desentendimento e da falta de cooperação entre os parlamentares republicanos e democratas nas últimas décadas (Andris *et al.*, 2015). Todavia, essas condições não são universais e devem ser analisadas de acordo com cada contexto particular.

O sistema político brasileiro de presidencialismo de coalizão foi caracterizado como um modelo de altíssima fragmentação e organizações partidárias incipientes (Mainwaring e Scully, 1995). Desde então, a literatura de ciência política demonstra a progressiva institucionalização dos partidos brasileiros e a disputa nacional organizada entre PT e PSDB até 2018, ainda que o enraizamento dos partidos na sociedade seja desigual e majoritariamente organizado em torno do PT (Mainwaring, Power e Bizarro, 2018; Samuels, 2006; Samuels e Zucco, 2018). Embora seja bem consolidada a análise de que as organizações partidárias orientam as votações no Congresso Nacional (Figueiredo e Limongi, 2000), contesta-se a hipótese da atuação ser pautada pelas clivagens ideológicas (Lucas e Samuels, 2010; Power e Zucco, 2009). Há evidências em favor de uma divisão tática entre governo e oposição que desestimulam¹ o comportamento ideológico (Zucco, 2009) e dados sobre coalizões encontraram inconsistência e heterogeneidade nas alianças (Carreirão, 2014).

Em estudo recente, Zucco e Power (2020) argumentam em favor de uma “fragmentação sem clivagens” em que, embora haja um crescimento na percepção da polarização entre os legisladores nos últimos anos, os novos partidos não ocuparam posições mais extremas. E o sistema, como um todo, se hiperfragmentou sem gerar maior diversidade de posicionamentos políticos. Nesse sentido, os atalhos da elite política para a polarização não são tão definidos ou demarcados em dois polos simétricos, nitidamente divorciados e relativamente coesos internamente.

A segunda abordagem se dedica à polarização massiva a partir de estudos de opinião pública com dois marcos teóricos distintos: a investigação das ideias, valores, percepções e pautas do eleitorado (Dalton, 2008) e a dimensão afetiva, isto é, os sentimentos de animosidade, desgosto e raiva em relação ao grupo adversário (Iyengar *et al.*, 2019). Nesse ponto, não há consenso entre os resultados disponíveis, considerando que, nos Estados Unidos, as análises sustentam que houve uma

tendência de fortalecimento do impacto de determinantes partidários na decisão do voto (Bartels, 2000). Mas também existem conclusões contrárias à existência da polarização de massa, sua extensão, características e fatores explicativos (Abramowitz e Sauders, 2008; Fiorina e Abrams, 2008).

Novamente, o caso brasileiro se destaca tendo em vista que a identificação partidária do eleitorado é relativamente baixa (Kinzo, 2004) e concentrada essencialmente no PT (Samuels, 2006), e que a disputa PT/PSDB se fundamentou historicamente como um atalho de organização do sistema partidário no nível nacional (Braga e Pimentel Jr., 2011). Análises mais recentes demonstram que, embora os sentimentos partidários sejam um dos principais preditores do voto, houve um declínio generalizado na preferência partidária (Ribeiro *et al.*, 2016) e que o eleitorado se distribui de forma mais significativa entre petistas e antipetistas do que em favor de qualquer outro partido (Samuels e Zucco, 2018). Pesquisa de Borges e Vidigal (2018), com levantamentos de opinião pública entre 2002 e 2014, descredenciou a hipótese da polarização política, indicando uma tendência de convergência ideológica do eleitorado. Ao final do texto, os autores sugerem² que seria improvável a redução do apelo de candidaturas de centro nos próximos anos.

A eleição de 2018 apresenta desafios para a compreensão desse quadro histórico. Analisando padrões de comportamento eleitoral, Braga e Zolnerkevic (2020) classificam o pleito como “desviante” em função de fatores de instabilidade de curto prazo – como o impedimento de Dilma Rousseff e a prisão de Luiz Inácio Lula da Silva – que promoveram uma migração acentuada de votos de oposição em direção da extrema-direita minoritária. Amaral (2020) demonstra novidades importantes como o crescimento significativo do autoposicionamento de direita, de 27% em 2014 para 43% em 2018, além do antipetismo se tornar a principal identidade política do país, atingindo 17 pontos percentuais de diferença em relação ao petismo.

Em resumo, a literatura especializada sobre os aspectos políticos, tanto no nível das elites quanto da opinião pública, sugere cautela ao avaliar a hipótese da polarização no Brasil. Estudos sobre as dinâmicas da opinião pública até 2014 sugerem o movimento centrípeto de moderação das posições políticas do eleitorado, minorando a possibilidade de esvaziamento do centro, embora a clivagem ideológica PT/Anti-PT

tenha crescido desde então. Dados sobre 2018 sugerem o aumento do posicionamento de direita e da clivagem entre petismo e antipetismo, ainda que haja cautela em postular uma desestabilização sistemática das instituições políticas e um grande realinhamento do comportamento eleitoral.

ASPECTOS COMUNICACIONAIS: FRAGMENTAÇÃO, PARALELISMO POLÍTICO E HÁBITOS DE CONSUMO DE MÍDIA

Os estudos sobre polarização política também avaliam possíveis efeitos de aspectos comunicacionais da disponibilidade e consumo de informações e opiniões no sistema de mídia. Particularmente, há extensa literatura internacional sobre essa abordagem, enquanto que as pesquisas nacionais abordam pontos associados à polarização de forma lateral, como o viés das coberturas jornalísticas. É possível discutir essa bibliografia a partir de três categorias: a) paralelismo político; b) fragmentação do sistema midiático; e c) hábitos de acesso à mídia. A perspectiva comparada chama atenção, ainda, para as particularidades do caso nacional, que apresentam desafios específicos que serão levados em consideração.

O paralelismo político é um conceito com larga tradição na ciência política europeia, sendo apropriado por estudos em comunicação para investigar as relações entre mídia e política (Hallin e Mancini, 2004; Sartori, 1976; Seymour-Ure, 1974). Hallin e Mancini (2004) situam o paralelismo político como uma das dimensões comparativas de sua tipologia de sistemas midiáticos, definido como alinhamento e simetria entre a imprensa jornalística e os partidos políticos. Isso pode se manifestar de cinco formas: i) conteúdo midiático enviesado; ii) ligações organizacionais com partidos políticos; iii) jornalistas ativos na vida política; iv) partidarismo das audiências; e v) práticas jornalísticas advocatícias ou enviesadas. Um alto nível de paralelismo político configura o que os autores chamaram de modelo pluralista-polarizado das relações entre mídia e política; ou seja, alta disponibilidade de veículos que refletem diferentes visões partidárias na escala ideológica e ausência de jornalismo profissionalizado com audiência volumosa *catch-all*, isto é, com distanciamento entre os editoriais de opinião e notícia e apelo para o público amplo e não partidarizado.

O conceito de paralelismo político reverberou entre as pesquisas brasileiras de comunicação, sobretudo nos estudos empíricos que encontraram vieses na cobertura noticiosa contra o PT. Ainda que com algumas variações de acordo com o veículo e com as conjunturas específicas de cada pleito, os achados demonstraram padrão noticioso duradouro e consistentemente desfavorável aos candidatos petistas (Aldé, Escobar e Chagas, 2007; Feres Jr. e Sassara, 2016; Mundim, 2018). Durante o impeachment de Dilma Rousseff, análises de enquadramento indicaram a naturalização do rito como um trâmite ordinário de destituição da presidenta (Prudêncio, Rizzotto e Sampaio, 2018) e os jornais manifestaram posição favorável em seus editoriais (Rodrigues, 2018), inclusive discutindo a hipótese de afastamento antes do início da tramitação no Congresso Nacional (Marques, Mont'Alverne e Mitozo, 2018).

Contudo, as análises afastam uma associação mecânica entre a abordagem desfavorável ao PT e algum alinhamento da imprensa brasileira a partidos específicos (Azevedo, 2006, 2017; Lycarião e Maia, 2015; Feres Jr., 2018). O ponto central é que a abordagem europeia de paralelismo político pressupõe estabilidade e ordenamento na relação entre mídia e política, ancorada em partidos com claras distinções ideológicas e apelo de massa, o que situa um contexto histórico e geográfico bem delimitado que não observado no Brasil (Albuquerque, 2011). De fato, a literatura evidencia que o fenômeno brasileiro não reflete uma simetria estável que sustente o argumento de partidarismo na imprensa tradicional. Isso demandaria condições de alinhamento e ligações duradouras com um partido ou grupo de interesse específico que não se confirmaram no processo de modernização do jornalismo (Albuquerque, 2018). Por consequência, também não oferece suporte à ideia de polarização dos meios de massa, na medida em que não se verificam projetos *broadcasting* de jornalismo à esquerda ou movimento centrífugo que afastaria ou reduziria o alcance de posições moderadas.

Assim, propostas teóricas surgiram para reavaliar o conceito a partir da configuração específica do sistema partidário e midiático do Brasil. Para endereçar esse problema, Albuquerque (2013) sugere desdobrar o paralelismo político em duas dimensões: o grau de competitividade dos sistemas políticos e midiáticos e o grau de estabilidade dessas dinâmicas. Nessa proposta, o Brasil se encaixaria em ambientes de comunicação política competitiva com alternância de poder entre os partidos, mas de alinhamentos instáveis e transitórios, nos quais a imprensa ora defende os interesses do governo/oposição, ora atua

arbitrando os conflitos como um poder moderador que se apresenta como representante legítimo da opinião pública (Albuquerque, 2005; Lycarião e Maia, 2018). Essa compreensão da instabilidade das relações entre mídia e política aponta para pressupostos de dinamismo e realinhamento que serão desdobrados pelo argumento deste artigo.

A segunda perspectiva sobre os aspectos de polarização política é a fragmentação da comunicação de massa, que abre espaço para modelos de jornalismo ideológico-partidários direcionados para públicos de nicho (Mancini, 2013; Stroud, 2010). A ideia fundamental é que a segmentação da oferta informativa na televisão a cabo, em consonância com o crescimento do modelo de jornalismo ideológico, como a Fox News, e o declínio do padrão *catch all* de jornalismo profissional; contribuiria com a polarização do eleitorado (Bennett e Iyengar, 2008; Lycarião, Magalhães e Albuquerque, 2018; Morris, 2005; Mullainathan e Shleifer, 2005).

Embora existam evidências da proliferação de veículos e canais partidários nos Estados Unidos, o que reduz proporcionalmente a disponibilidade de conteúdo moderado, as pesquisas demonstram que o efeito em polarizar as audiências é residual e tende a ter mais força em nichos do eleitorado já bastante radicalizados (Levendusky, 2013; Prior, 2013; Webster, 2005). Essa fatia chamada de *news junkies* é relativamente pequena (10 a 15%), mas bastante leal e ativa, composta por setores mais escolarizados e ricos da população. Os estudos consolidam o entendimento de que a fragmentação das opções midiáticas aumenta significativamente o leque de escolhas do cidadão, contribuindo para que os desinteressados pela política evitem o noticiário em função de programas de entretenimento, ao passo que o eleitorado com fortes sentimentos partidários seleciona opiniões de viés confirmatório (Prior, 2013).

O argumento também não é amparado por evidências do caso brasileiro. Embora o país tenha revistas semanais de cobertura jornalística advocatícia, como a Revista Veja (Cavassana de Carvalho e Cervi, 2018), o sistema midiático não atravessou uma virada pós-*broadcasting*, como aconteceu nos Estados Unidos, na medida em que a penetração da TV a cabo é reduzida e não há variedade de produção jornalística nos canais (Porto, 2010). Dessa forma, o sistema midiático nacional é notadamente distinto do estadunidense e não possui fenômenos de enviesamento informacional de larga escala na TV a cabo, demandando outras chaves analíticas para investigar a hipótese polarização.

O último aspecto comunicativo relevante para analisar divisões ideológicas são os hábitos de consumo de informações políticas do eleitorado. A polarização da elite partidária e das massas influencia a exposição seletiva e a confiança nas notícias (Stroud, 2010). Sobretudo num cenário midiático com alta disponibilidade de escolha e audiência fragmentada pelos avanços tecnológicos, como a televisão a cabo e a internet, a audiência jornalística tende a seguir, em algum grau, preferências políticas (Iyengar e Hahn, 2009). O eleitorado consistentemente democrata e republicano diverge na seleção de fontes noticiosas, especialmente os republicanos, que aderem majoritariamente à Fox News, enquanto que há maior variedade do lado democrata (Mitchell *et al.* 2014). Ainda assim, estudos ressaltam que o efeito da exposição seletiva não pode ser exagerado, na medida em que o eleitorado mais ávido tende a consumir o noticiário de diversas fontes (Aldé, 2011) e que o isolamento completo é raro (Gentzkow e Shapiro, 2011).

ASPECTOS DIGITAIS: HIPERPARTIDARISMO E EFEITOS TECNOLÓGICOS

Nos últimos 20 anos, a principal novidade no debate sobre polarização foi o crescimento vertiginoso do consumo de informações pela internet, que pode ser dividido em dois momentos: a proliferação de blogs de política e a popularização das plataformas de mídias sociais para acesso e circulação de notícias. No Brasil, essas tendências provocaram uma alteração significativa na dieta informativa dos cidadãos nas últimas décadas, na medida em que, segundo a Digital News Report, 66% dos respondentes utilizaram mídias sociais para consumo de notícia em 2018 – um dos comportamentos mais intensos de uso digital do mundo (Newman, *et al.*, 2019). Dessa forma, analisaremos dois pontos de debate na literatura sobre os aspectos digitais da polarização: 1) a criação de redes de blogs e websites que defendem agendas chamadas de hiperpartidarizadas ou ideológicas; e 2) potenciais efeitos tecnológicos da hiperfragmentação e personalização do acesso a notícias que, paradoxalmente à maior oferta e possibilidade de escolha, restringiriam as visões ideológicas às quais os cidadãos são expostos, produzindo um ambiente de segregação informacional que contribui para a polarização da sociedade.

Na internet, a redução dos custos de produção das mensagens e a possibilidade de dedicar linhas editoriais para nichos especializados estimula a construção de websites informativos com fortes posições ideológicas (Bennett e Iyengar, 2008; Bimber, 1998; Stroud, 2010).

O conceito de hiperpartidarismo surge, nesse contexto, para categorizar veículos de mídia e atores que geram informação que se apresenta como a verdade que é escondida ou distorcida pelos veículos de imprensa tradicionais, construindo visões de mundo pautadas em antagonismos ideológicos frequentemente enviesados (Baum e Groeling, 2008; Levendusky, 2013). Mais recentemente, autores propuseram a integração do conceito discursivamente para tratar do amplo e heterogêneo fenômeno da desinformação (Mourão e Robertson, 2019). Estudos demonstraram que sites hiperpartidarizados possuem audiências relativamente pequenas, significativamente menores do que as de portais jornalísticos, porém com maior probabilidade de associação partidária e fortemente leais e engajadas na propagação de suas mensagens (Gentzkow e Shapiro, 2011; Nelson e Taneja, 2018; Larsson, 2019).

Em meados dos anos 2000, o Brasil atravessou uma febre de blogs de política (Aldé, Escobar e Chagas, 2007) caracterizada pela apropriação do formato de diários digitais para comentários acalorados sobre temas nacionais. A partir da consolidação do campo de esquerda pela presidência de Lula entre 2002 e 2010 e da disseminação do acesso à internet, partidos de esquerda, ativistas e jornalistas articularam a Blogosfera Progressista como uma iniciativa de democratização midiática e de produção de contrainformação progressista e crítica aos conglomerados de mídia (Guazina, 2013; Magalhães, Albuquerque e Alves, 2020).

Por outro lado, a construção de redes de direita na internet é bem mais recente. Isso se deve às visões antagônicas ao governo petista, até 2013, estarem contempladas por colunistas da própria imprensa tradicional, como Rodrigo Constantino, Reinaldo Azevedo, Rachel Sheherazade, entre outros (Fernandes e Vieira, 2019; Sponholz e Cristofolletti, 2019). Certamente, havia iniciativas individuais mais radicalizadas, como a de Olavo de Carvalho e seu programa True Outspoke e o Mídia Sem Máscara, que datam do início da década de 2000 e, desde então, propagam discurso conspiratório sobre a ditadura comunista na América Latina (Roxo, 2009). No entanto, a massificação de um campo orgulhoso de direita remete, sobretudo, aos movimentos pelo impedimento da presidente Dilma Rousseff a partir de 2014, que lançaram organizações civis como Movimento Brasil Livre, NasRuas, Vem pra Rua e Revoltados On line (Tatagiba, 2018); além de um nicho informativo próprio, composto por sites como Renova Mídia, Conexão Política,

MBLNews, Jornalivre, Folha Política, Imprensa Viva, Jornal da Cidade Online, entre outros (Alves, 2019; Penteado e Lerner, 2017, Santos e Tanscheit, 2019; Telles, 2015).

O segundo elemento dos aspectos digitais sobre polarização diz respeito às preocupações relacionadas às características das tecnologias – sobretudo mídias sociais e mecanismos de busca – que poderiam gerar câmaras de eco, ou seja, ambientes em que cidadãos só teriam contato com visões e opiniões que reforçam posicionamentos prévios. Em estudo influente, Sustein (2001) expressa preocupação com a crescente personalização do consumo noticioso na web, observando que as pessoas selecionam apenas conteúdos que confirmam suas predisposições e se conectam com pares com pensamentos similares. Pariser (2011) desloca a preocupação para a agência tecnológica de buscadores de conteúdo e das mídias sociais que interfeririam para encapsular os usuários em bolhas ideológicas reforçadas pela ação algorítmica de recomendar somente informações de viés confirmatório. Ambos os livros têm gerado impacto significativo em membros da academia e no debate midiático, embora os construtos teóricos propostos e as evidências para suportar seus argumentos tenham sido criticados pela ausência de densidade conceitual e inconsistência em relação aos achados empíricos (Bruns, 2019).

A literatura demonstra que há diferentes resultados em estudos sobre polarização, de acordo como desenho de pesquisa, plataformas observadas e variáveis. Além disso, abordagens comparativas mostram que há muita variação de acordo com o contexto político nacional (Urman, 2020). Por exemplo, An *et al.* (2014) reportaram evidência de exposição seletiva no Facebook por partidários que compartilham notícias e opiniões que reforçam seus posicionamentos ideológicos. Williams, Cioroianu e Williams (2016) investigaram a circulação de *tweets* durante as eleições gerais do Reino Unido em 2015 e encontraram comunidades insulares de compartilhamento de notícias com clusterização ideológica. Jacobson, Myung e Johnson (2015) indicaram que comentaristas de páginas de lideranças partidárias republicanas utilizam baixa taxa de recursos informacionais, geralmente, seguindo linhas partidárias e ideológicas. No Brasil, chamam a atenção estudos sobre a circulação de links no WhatsApp que encontraram listas de veículos hiperpartidarizados em grupos de esquerda e de direita – ainda que a imprensa tradicional esteja presente em ambos os polos – e maior atividade de envio de mensagens dos apoiadores de Bolsonaro

(Bursztyn e Birnbaum, 2019). Aruguete, Calvo e Ventura (2021) estudaram o compartilhamento de links no Twitter durante a eleição de 2018 e indicaram que a reputação dos veículos influencia as dinâmicas de atenção, isto é, quanto maior a reputação, maior a audiência de públicos moderados.

No entanto, esse pode ser um comportamento residual, já que Flaxman *et al.* (2016) mostraram que há segregação ideológica nas informações encontradas em mídias sociais ou em mecanismos de busca; mas apenas 6% do consumo de notícias nacionais ou internacionais vêm de fontes polarizadas. Eles apontam que, ao mesmo tempo, essas plataformas também estão associadas à exposição a perspectivas opostas. Nessa linha, Bechmann e Nielbo (2018) identificaram a formação de filtros-bolha de segregação de domínios informacionais em apenas 10% do *news feed* de uma amostra dinamarquesa no Facebook. Pesquisas que quantificaram fenômenos como câmara de eco ou filtros-bolha reportaram valores reduzidos, indo de 10% a 27% da população, de acordo com a plataforma e o país (Dubois e Blank, 2018; Eady *et al.*, 2019). Outros autores não encontraram evidência de viés ideológico na disseminação de notícias, na medida em que maiores índices de produção de *tweets* levam a citação de notícias ideologicamente diversas (Morgan, Shafiq, Lampe, 2013; Barberá, 2014).

Extenso arcabouço empírico modula a ideia de que as tecnologias produzem a polarização política. Adamic e Glance (2005) encontram divisões entre blogs conservadores e liberais, tanto em aspectos estruturais, quanto nas fontes de informação e menções a lideranças políticas. Mesmo assim, descrevem a rede de blogs como dividida em uma polarização moderada, que preserva conexões entre visões opostas e contatos com a imprensa tradicional. Garrett (2009) não achou evidência de que indivíduos evitam ou deixam de ler notícias com as quais discordam. Gentzkow e Shapiro (2011) mostraram que a segregação ideológica na internet é reduzida em termos absolutos – porém, mais forte que na mídia de massa – e que mesmo as dietas informacionais de cidadãos com forte identificação partidária são variadas.

As preocupações iniciais de que as tecnologias determinariam hábitos de consumo midiático mais estreitos, ao expor as pessoas a apenas uma vertente específica e limitar seu conhecimento de opiniões divergentes, não encontra suporte indisputável também nas mídias sociais (Borgesius *et al.*, 2016). Bakshy, Messing e Adamic (2015) apontam que,

no Facebook, a agência das pessoas tem mais efeito de reduzir exposição ao conteúdo divergente do que a ação dos algoritmos. No Twitter, embora as redes de *retweets* revelem estruturas partidarizadas e polarizadas, as ligações de menções exibem contatos entre grupos diferentes (Conover *et al.*, 2011). Barberá (2014) demonstrou que o Twitter reduz a polarização política de massa, na medida em que as redes de conexão são ideologicamente heterogêneas. Estudos sobre exposição incidental indicam que as mídias sociais aumentam o consumo noticioso inadvertido, reduzindo a seleção de viés confirmatório (Brundidge, 2010; Flaxman, Goel e Rao, 2016; Fletcher e Nielsen, 2018; Bruns, 2019).

As menções e citações nas mídias sociais sugerem que os usuários visitam, conhecem e monitoram adversários para contrapor seus argumentos (Carreiro, 2017; Benkler, Faris e Roberts, 2018). Esses pontos de contato entre opostos não necessariamente reduzem a polarização. Autores vêm indicando que a exposição a visões opostas fortalece identidades *in-group* e a polarização política (Yardi e Boyd, 2010). Bail *et al.*, (2016) testaram em desenho experimental a exposição de democratas e republicanos por um mês a *tweets* contra atitudinais feitos por *bots*, reportando um reforço dos posicionamentos prévios e o aumento das clivagens antagônicas.

Tendo em vista os avanços da literatura da área, sabe-se que os usuários das mídias sociais entram em contato com informações ideologicamente mais diversas que em outros meios. Paradoxalmente, esse contato pode reforçar predisposições sociopolíticas antagônicas. Ao mesmo tempo em que as redes e o compartilhamento de notícias se agrupam em torno de sites de viés confirmatório, usuários assíduos e partidários visitam e monitoram diversas fontes, inclusive do espectro ideológico adversário. Assim, o desafio é mais complexo e multidimensional do que faz supor a abordagem tecnodeterminista de infraestruturas tecnológicas que isolam os indivíduos em bolhas desconectadas e que são estimuladas a se radicalizar.

O questionamento específico proposto pelo artigo é que, considerando a instabilidade das relações entre mídia e política, as estratégias e hábitos de polarização e de circulação de informações não são estáveis e consistentes no longo prazo. Devem-se observar na empiria quais são as características dessas possíveis bolhas de segregação informacional, quando se formam, quais suas fronteiras e pontes de conexão e como as mensagens circulam nas redes.

POLARIZAÇÃO E INSTABILIDADE: ELEIÇÃO DESVIANTE, PARALELISMO E REDES

A abordagem integrada e multidisciplinar desenvolvida nos últimos trechos deste artigo levanta desafios e dilemas de achados, à primeira vista, contraditórios. De um lado, trabalhos que investigam o ambiente digital encontraram sistematicamente estruturas topológicas de redes polarizadas durante o impeachment de Dilma Rousseff e nas últimas eleições (Alves, 2019; Bülow e Dias, 2019; Bursztyń e Birnbaum, 2019; Machado *et al.*, 2018; Ortellado, Solano e Moretto, 2016; Recuero, Zago e Soares, 2019; Santos, 2020; Soares, Recuero e Zago, 2019). De outro, as evidências disponíveis da ciência política sobre opinião pública e o sistema partidário apontam na direção contrária – de um movimento centrípeto de acomodação ao centro nas últimas décadas (Shifter, 2011; Borges e Vidigal, 2018), ainda que com achados recentes na direção de deslocamentos no campo antipetista (Amaral, 2020). Como analisar o fenômeno brasileiro e a ascensão de Bolsonaro à luz dessas aparentes divergências? Este artigo sugere o prisma analítico da polarização instável para dar conta dos desafios e dilemas contemporâneos provocados pelas transformações da relação entre mídia e política nos últimos anos.

O argumento da polarização instável é que os campos de esquerda e de direita negociam a apropriação da cobertura jornalística de acordo com fatores contextuais de curto prazo. Isso se daria em decorrência de três fatores: a inexistência de clivagens ideológicas significativas no sistema partidário; o movimento centrípeto da opinião pública; e a intervenção ativa da imprensa jornalística na agenda pública sem conexão estável com partidos no Brasil. Dessa forma, a polarização nas mídias digitais apresentará flutuações longitudinais e, principalmente, realinhamentos, na medida em que a autoridade jornalística será acionada estrategicamente pelos polos de acordo com a conjuntura. Isso pode explicar o comportamento de atores de direita repercutindo material da imprensa jornalística durante o impeachment de Dilma Rousseff (Baron e Luz, 2019), bem como de petistas que, apesar de chamar a imprensa de golpista, voltaram a circular suas reportagens quando os alvos são os governos de oposição. Para isso, o argumento dialoga com argumentos como: o contexto eleitoral atípico de 2018, a ideia de paralelismo político multidimensional, estudos sobre a cobertura jornalística e a potencial distorção da opinião pública nas plataformas de mídias sociais pela coordenação de atividades inautênticas.

O primeiro aspecto é que a eleição de 2018 foi atípica em função de elementos de crise política e econômica que provocaram um deslocamento do eleitorado em favor de um candidato de franjas ideológicas. Autores sugerem que essa flutuação ocorreu dentro das margens anteriores e sugerem cautela e observação de pleitos futuros para entender se houve realinhamento eleitoral (Braga e Zolnerkevic, 2020). Interessante notar que Borges e Vidigal (2018) rejeitam a hipótese da polarização do eleitorado com dados até 2014, mas indicam o surgimento da insatisfação com o PSDB entre eleitores antipetistas. Estudos dos determinantes da votação em Bolsonaro sustentam que, para além do antipetismo, esse grupo apresenta uma visão de direita com preferências de pautas consistentes, sobretudo o conservadorismo cultural, oposição a políticas redistributivas e postura violenta em temas de segurança pública (Rennó, 2020). Assim, o pleito de 2020 marcou um aumento das divergências ideológicas e do distanciamento entre os polos, na medida em que o eleitorado identificado como de direita subiu de 27,5% para 43,8% e o os que não se auto-posicionavam na escala ideológica caiu de 40,8% para 18,1% em relação a 2014 (Amaral, 2020). Nesse sentido, as pesquisas sugerem condições suficientes para o acréscimo nos índices de polarização e segregação ideológica.

O segundo elemento que sustenta o argumento é o conceito de paralelismo político multidimensional como modelo de relacionamento instável mídia e política. A fragmentação do sistema midiático e o ambiente de alta escolha de fontes e aceleração do pluralismo na internet dificultam a existência de ligações estáveis entre a mídia de massa e grupos de interesse. Isso pode ser verificado a partir da crise hegemônica do Grupo Globo e o alinhamento entre a TV Record e Bolsonaro (Porto, Neves e Lima 2020), a guinada à direita do jornal curitibano *Gazeta do Povo* (Tavares, 2020) e a postura ambígua da grande imprensa em relação a Bolsonaro, que minou suas fontes de financiamento e credibilidade, mas impediu a volta do PT ao poder (Miguel, 2019). Essa volatilidade faz com que as conexões sejam contingentes a contextos específicos em que haja alinhamentos de objetivos políticos.

Por fim, o último aspecto importante para entender as instabilidades da polarização política é que as plataformas digitais estão longe de representar espelhos da opinião pública (Bail, 2021). Na prática, os cidadãos que fazem uso intenso dessas mídias possuem características próximas daqueles com maior identificação partidária, como alta renda, escolaridade e domicílio urbano (Newman, *et al.*, 2019). Esses

mecanismos podem ser instrumentalizados para a guerra informacional a partir da construção – orgânica, artificial ou programática – de redes coordenadas de comportamento inautêntico e que podem inflar desproporcionalmente determinadas visões ideológicas (Giglietto *et al.*, 2020). Isso é exemplificado pela evidência do Facebook como uma plataforma muito mais poluída por desinformação e polarizada do que o Twitter ou a web em geral (Benkler, Faria e Roberts, 2018). É possível, portanto, que a polarização política digital apresente um padrão de segregação mais radicalizado que as opiniões e posicionamentos da população geral (Eady *et al.*, 2019; Bail, 2021).

Uma análise macro e longitudinal das dinâmicas de circulação da informação política é necessária para identificar as tendências e flutuações nas contingências e alterações no jogo político nacional e para elucidar nuances de relacionamento entre mídia e política no Brasil nos últimos anos.

HIPÓTESES

As seguintes hipóteses foram derivadas da literatura referenciada no marco teórico:

H1a: no nível dos domínios informacionais, ou seja, dos sites disponíveis, a maior parte dos veículos midiáticos deve apresentar distribuição polarizada da citação nas páginas amostradas no Facebook, isto é, são citados majoritariamente por apenas um dos polos ideológicos;

H1b: no nível do compartilhamento feito pelo público, espera-se que a circulação dessas informações também seja polarizada, considerando que os veículos insulares devem ser mais disseminados que os moderados;

H2: sites da mídia tradicional são mencionados de forma equilibrada entre os polos, na medida em que se direcionam a audiências mais amplas e ideologicamente diversas;

H3: os modelos de relacionamento dos polos ideológicos com a imprensa tradicional devem ser inconsistentes, ocorrendo uma redução das menções ao jornalismo profissional pela direita depois da eleição de Jair Bolsonaro.

METODOLOGIA

A maior parte dos estudos sobre polarização se dedica a recortes temporais muito curtos. Geralmente, momentos de alta comoção social e disputa política, como eleições presidenciais. Isso é um problema na medida em que as amostras são compostas durante situações inco-muns e de alto conflito sem observar momentos regulares de tensões reduzidas (Bruns, 2019). De fato, os poucos estudos sobre polarização em mídias digitais com recortes longitudinais sustentam essa hipótese. Garimella e Weber (2017) demonstraram um crescimento contínuo da polarização nos Estados Unidos durante oito anos, com picos nos momentos eleitorais. Kearney (2019) pesquisou dinâmicas de uso de 3.000 usuários do Twitter durante sete meses anteriores à eleição presidencial dos EUA, em 2016, e evidenciou que, à medida que o dia da votação se aproximava, aumentava a lacuna entre as redes de democratas e republicanos.

A análise empírica deste artigo se dedica a compreender os padrões de compartilhamento das informações de acordo com as fontes e *hyper-links* citadas por *fan-pages* no Facebook (Colleoni, Roza e Arvidsson, 2014). Nesse sentido, a proposta é questionar se os veículos de mídia circulam entre atores de ambos os espectros ideológicos ou se há uma segregação na qual o alcance dos sites está contido em bolhas relativamente homogêneas. O recorte temporal compreende nove anos, entre janeiro de 2011 e julho de 2019. Dessa forma, o desenho de pesquisa tem o objetivo de esclarecer quais são os links informacionais postados em *fan-pages* no Facebook.

O desenho de pesquisa se baseia nos métodos digitais computacionais (Rogers, 2019) e segue, com poucas modificações para as particularidades do Facebook, a proposta metodológica de Benkler, Faria e Roberts (2018). Os autores investigaram a polarização a partir de uma abordagem focada no comportamento da audiência, analisando 250 domínios citados por usuários de Twitter que mais retuitaram Hillary Clinton e Donald Trump em 2016. O *Media Partisanship Attention Score* (MPAS) avalia a distribuição das citações entre os grupos, considerando que veículos que são referenciados em proporções similares são classificados como moderados e aqueles que se concentram em um dos grupos são polarizados. Esta pesquisa adapta a polarização entre democratas e republicanos para redes de esquerda e direita no Brasil.

Os próximos trechos apresentam o banco de dados, categorias, metodologias de classificação e as medidas.

Composição do banco de dados

A composição do banco de dados deste trabalho foi expandida e atualizada a partir de um recorte realizado durante pesquisa de doutorado (Alves, 2019). O primeiro passo foi o mapeamento de *fan-pages* no Facebook, a partir de procedimentos de extração por bola de neve (*page like network*), em requisições à Facebook Graph API³ pelo pacote “Rfacebook” (Barberá, *et al.*, 2017), resultando em aproximadamente 28 mil canais. Em seguida, foi feita uma filtragem utilizando critérios quantitativos, como total de *posts* e de seguidores, e qualitativos (idioma em português brasileiro e citações aos candidatos à presidência). Com isso, a amostra final foi reduzida para 2.539 páginas ativas no Facebook entre 2011 e 2019.

A coleta de publicações dessas páginas foi feita de duas formas: requisições à Facebook Graph API, pelo “Rfacebook”, usando a função *getpage*; e complementação dos dados pela plataforma acadêmica do Facebook Crowdtangle (Crowdtangle, 2020⁴). As extrações cobrem o período entre 2011 e 2019, totalizando 7.791.658 publicações que mencionavam um link externo ao Facebook, sendo que 2.234.853 (28,6%) foram de páginas de esquerda, 1.51.279 (19,4%) são de atores de direita⁵ e 4.044.014 (51,9%) são da imprensa tradicional.

Codificação do posicionamento ideológico

As *fan-pages* amostradas foram categorizadas em grupos de esquerda e de direita. Isso foi realizado a partir do algoritmo de análise de redes sociais que identifica comunidades pelo método de Louvain (Blondel *et al.*, 2008). Utilizaram-se as ligações de como as páginas se seguem (*following network*) para aferir a inclinação ideológica aproximada das páginas, criando dois *clusters*, aos quais se atribuiu as categorias analíticas de esquerda e direita (Bruns *et al.*, 2011). O resultado da classificação⁶ foi de 1.215 (47,8%) páginas de direita⁷ e 1.209 (47,6%) páginas de esquerda.

Codificação dos tipos de links

O modelo jornalístico influencia significativamente os circuitos de disseminação da informação, na medida em que a linha editorial pode seguir princípios de moderação, objetividade e imparcialidade para atingir públicos amplos ou adotar modelos enviesados de advocacia de pautas e comentários políticos (Mullainathan e Shleifer, 2005; Lycarião, Magalhães e Albuquerque, 2018). Os links foram codificados seguindo a metodologia da análise de conteúdo manual⁸ em duas categorias: Imprensa Tradicional e Mídia Alternativa. A imprensa tradicional foi classificada como os veículos midiáticos nacionais e internacionais de jornalismo profissionalizado em rotinas organizacionais e atuação principal em canais legados do meio de comunicação de massa, ou seja, jornal impresso, revista, televisão e rádio (Schudson, 1981; Porto, 2012). Já a mídia alternativa constrói um modelo de comunicação crítico e antagônico, em relação à imprensa tradicional, que frequentemente se traduz em coberturas com maior grau de intervenção política e defesa de pautas e posicionamentos partidários (Herbst, 1996). Entre as características dessa categoria estão: sites de organizações da sociedade civil, coletivos midiáticos, portais partidários e religiosos.

Em metodologia aplicada na tese de doutorado (Alves, 2019), foi gerado um Livro de Códigos com as categorias. Foram realizados três pré-testes cegos por dois codificadores a fim de ajustar os critérios e orientações de codificação. O teste de confiabilidade foi aplicado em 80 *fan-pages* com 83,8% de concordância entre os dois codificadores e coeficiente Krippendorff Alpha de 0.763 (Krippendorff, 2011). Em seguida, aplicou-se a codificação às páginas da amostra.

MEDIDAS

A aferição das medidas de polarização segue duas propostas de estudos que se dedicam a analisar o fenômeno a partir de mídias digitais:

- *Media Partisanship Attention Score* (MPAS): o MPAS é uma métrica que captura se os domínios circulam em páginas de ambos polos ideológicos ou se estão restritos a bolhas homogêneas. Isso é aferido pelas proporções das citações dos domínios de veículos midiáticos pelos polos ideológicos, normalizadas em uma escala unidimensional entre -1 e 1 (Benkler, Faris e Roberts, 2018). Um site

referenciado somente pela direita recebe -1, enquanto que os sites citados exclusivamente pela esquerda recebem 1 e os moderados gravitam em torno de 0, isto é, referências similares em ambos os lados. Em seguida, o MPAS foi discretizado em decis;

- *Cosine similarity*: Para analisar a sobreposição das fontes citadas pela esquerda e pela direita, aplicamos a estatística de *cosine similarity* (Adamic e Glance, 2005), isto é, um índice que varia de 1 para sobreposição completa entre a lista e 0 para nenhum domínio em comum. Quanto mais próximo a zero, maior a tendência de compartilhamento insular de informações.

RESULTADOS

A análise de dados investiga a proporção de citações aos veículos midiáticos pelas *fan-pages* que compõem os clusters identificados como de direita e de esquerda no Facebook. A H1a sugere que os polos ideológicos de esquerda e de direita citam fontes de informação segregadas. Um dos pontos debatidos na literatura especializada é quais níveis de concentração seriam utilizados para considerar uma fonte como polarizada, isto é, os intervalos percentuais limítrofes que apontam para uma circulação insular em bolhas homogêneas ou para um espalhamento por diversos pontos da rede. A literatura dispõe de duas formas de aferição desse aspecto: a) discretização por intervalos fixos; ou b) por quantis da distribuição.

A proposta de intervalos fixos sugere a criação de categorias a partir de proporções pré-determinadas. Messing, Kessel e Hughes (2017) propõem que sites com mais de 75% da atenção concentrada em um dos polos sejam classificados como predominantemente polarizados e os que são citados 100% por apenas um dos lados sejam totalmente polarizados. Nesse sentido, uma fonte moderada terá até 75% de sua circulação advinda de um dos polos ideológicos. A Figura 1 consolida as porcentagens dos links de acordo com esses intervalos.

Figura 1
Proporções de citações dos veículos midiáticos de acordo com intervalos fixos

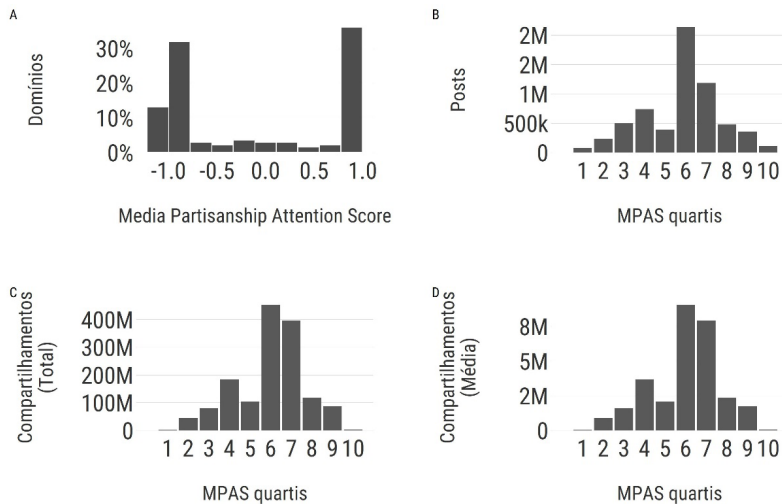


Fonte: Elaboração pelo autor com base em dados da Facebook Graph API e do Crowdtangle

O resultado aponta para um padrão de citações das fontes informacionais relativamente equilibrado entre os polos ideológicos e, sobretudo, a boa parte dos domínios é considerada moderada (42,6%). Os dados não demonstram uma lacuna ao centro, condição importante para apontar o fenômeno da polarização, e sustentam que há um equilíbrio entre as fontes predominantemente de esquerda (28,54%) e predominantemente de direita (25,19%); padrão contrário à ideia de polarização assimétrica (Benkler, Faris e Roberts, 2018). Ademais, são muito raros os sites que se disseminam exclusivamente em um dos polos das redes de *fan-pages* no Facebook (1,85% de direita e 1,61% de esquerda). Mas estes intervalos são adequados? Ocorre que a margem de tolerância da distribuição é muito alta, considerando-se que, embora os casos de publicação 100% segregada pelo recorte ideológico sejam raros, há um contingente muito grande de veículos com mais de 90% de concentração.

Nesse sentido, a sugestão de Benkler, Faris e Roberts (2018) é padronizar as proporções ajustadas pela quantidade de posts em escala de -1 a 1 e analisar quantis da distribuição. O MPAS possui média de -0,09 e mediana de -0,36 com desvio padrão de 0,9 e foi transformado em decis, ou seja, dez partes iguais pela ordem da variável. A Figura 2 exibe a) o histograma dos domínios; b) o total de publicações que citam os domínios de cada decil; c) o total de compartilhamentos dos sites; e d) a média de compartilhamentos.

Figura 2
Distribuições de polarização de acordo com decis do MPAS



Fonte: Elaboração pelo autor com base em dados da Facebook Graph API e do Crowdtangle

Dessa forma, temos um resultado que demonstra mais nuances nas dinâmicas de circulação dos veículos midiáticos. O quadro A indica uma distribuição bimodal da disponibilidade de fontes no Facebook, isto é, quantitativamente há mais opções de escolha de sites polarizados do que os moderados, o que se adéqua à curva teórica de distribuição da polarização e à ideia de alta escolha midiática. Todavia, a concentração nas caudas é superior no bloco de direita. Os quadros B, C e D exibem a frequência de publicações, total e média de compartilhamentos: todos se aproximando de uma distribuição concentrada ao centro e inclinada para a direita. Ou seja, o ambiente informacional da plataforma tem fontes mais disseminadas proporcionalmente entre os atores de direita.

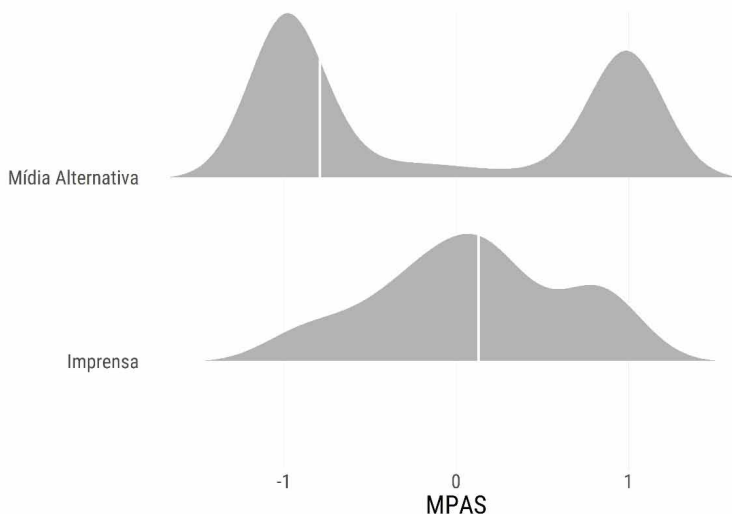
A análise de similaridade das dietas informacionais dos atores posicionados à esquerda e direita é de 0,074, considerada de baixa correspondência. Adamic e Glance (2005) reportaram *cosine similarity* de 0,03 entre os hiperlinks de blogs conservadores e republicanos nos Estados Unidos. Dessa forma, o conjunto de veículos midiáticos propagados pelos polos do Facebook difere bastante. Porém, com um padrão menos insular do que nos EUA, sugerindo a formação de clivagens menos segregadas. Já a similaridade intra-grupo é de 0,194 na esquerda e de 0,265 na esquerda, consideravelmente mais altos do que os valores

reportados por Adamic e Glance de 0.11 para conservadores e 0,03 para liberais. Isso indica um ambiente mais restrito e homogêneo entre os atores do polo de direita, com menor fragmentação e mais contato com fontes de viés confirmatório.

Em consequência, a H1a é suportada pelos dados, considerando a concentração das fontes nas margens da distribuição, isto é, uma oferta de notícias hiperpartidarizadas tanto à esquerda quanto à direita. Enquanto que a H1b não se sustenta, pois o compartilhamento desses links reforça que não existe um vácuo de posições moderadas. Ao contrário, quanto mais polarizada a circulação dos veículos, menor o total de compartilhamentos agregado, considerando que a audiência é segmentada pela parcela com maior identificação ideológica com a linha editorial do site.

A H2 propõe que o modelo jornalístico das linhas editoriais dos veículos tenha influência nos circuitos de disseminação das notícias, considerando que a imprensa tradicional terá distribuição menos polarizada que a mídia alternativa por cultivar audiências amplas e menos partidarizadas. A Figura 3 exibe a densidade das fontes informacionais de acordo com o MPAS, desagregando as categorias de imprensa tradicional e mídia alternativa.

Figura 3
Gráfico de densidade do MPAS agrupado pela categoria do veículo midiático



Fonte: Elaboração pelo autor com base em dados da Facebook Graph API e do Crowdtangle

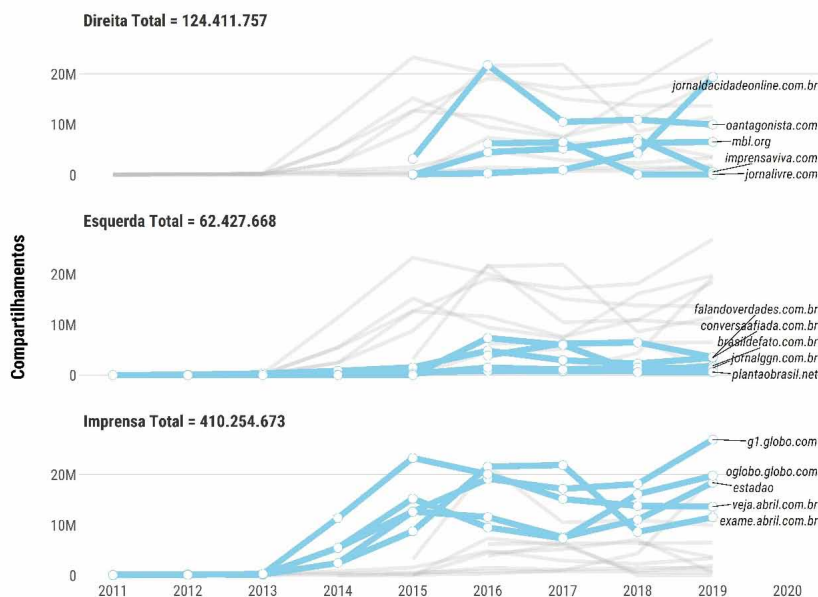
Ao separar os veículos midiáticos pelas categorias é possível perceber curvas de densidade completamente distintas. De um lado, a densidade de sites de organizações jornalísticas tradicionais está situada predominantemente ao centro. Os dados sustentam a ideia de modelo *catchall* das linhas editoriais jornalísticas tradicionais. A Folha de S. Paulo, por exemplo, foi referenciada em proporções similares em ambos os lados (50,88% na esquerda e 49,12% na direita). Ainda assim, é perceptível como a curva também se inclina levemente e possui uma segunda área de concentração à direita. Ou seja, a imprensa jornalística tradicional é apropriada e citada com mais frequência pelos atores de direita do que de esquerda, reforçando o padrão histórico de antagonismo do campo progressista em relação à mídia tradicional.

A publicação do link não significa automaticamente concordância ou endosso político, na medida em que as fontes podem ser replicadas para serem criticadas e para ilustrar a construção do contraponto, o que pode gerar *hubs* de contestação em que há muitas ligações com sentidos negativos (Lycarião e Alves, 2017). Ainda assim, chama a atenção que as proporções de ligações cruzadas, em alguns casos da imprensa tradicional, sejam bastante reduzidas – como a *Veja* e a *Carta Capital*, que possuem mais de 90% de concentração do fluxo de disseminação em apenas um dos lados, apontando para uma marcação ideológica polarizada.

Por outro lado, é evidente que a circulação de fontes advocatícias/ativistas está limitada quase exclusivamente às páginas situadas em um *cluster* ideológico específico. Nesse sentido, a audiência da mídia alternativa, na maioria das vezes, reproduz um modelo de distribuição bimodal em que as informações repercutem apenas entre os convertidos e têm menor chance de atingir pessoas fora do grupo ideologicamente homogêneo. Na mídia alternativa, fica clara a baixa disponibilidade de escolha de modelos jornalísticos independentes e moderados em comparação com a proliferação de canais hiperpartidarizados.

Outro resultado relevante é a maior quantidade de fontes de mídia alternativa com circulação predominante na esquerda. Isso indica um padrão histórico de desenvolvimento de projetos de mídia alternativa à imprensa tradicional que só mais recentemente foi apropriado pelos atores de direita. A Figura 4 mostra o total de compartilhamentos, por ano, dos cinco domínios mais compartilhados da imprensa tradicional e de mídia alternativa de esquerda e de direita.

Figura 4
Histórico dos domínios mais compartilhados



Fonte: Elaboração pelo autor com base em dados da Facebook Graph API e do Crowdtangle

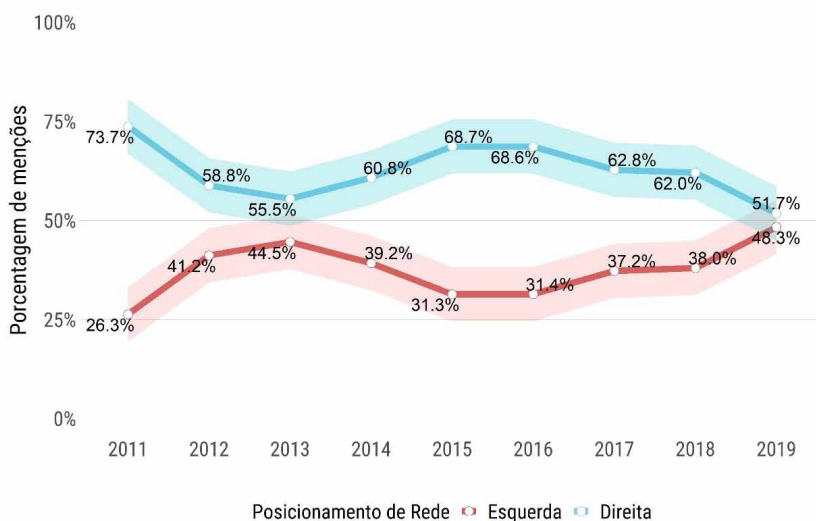
A análise da média de idade⁹ dos domínios indica 8,6 anos (dos nove na amostra) para a imprensa tradicional, o que reflete a profissionalização dessas organizações e uma adoção mais antiga do Facebook como meio de relacionamento com o público, e 6,58 para a mídia alternativa. Os veículos que circulam predominantemente entre a direita são mais recentes (entre 5,6 e 6,1 anos) do que os de esquerda (6,2 a 7,5 anos). Mesmo assim, o total de compartilhamentos ratifica a grande audiência dos canais de direita com 124 milhões contra 62,4 milhões da esquerda. As linhas do gráfico demonstram que em 2015, primeiro ano da reeleição de Dilma Rousseff, surgiram os veículos de mídia alternativa mais populares de direita; entre eles, o Jornal da Cidade Online, O Antagonista, República de Curitiba, Pleno News e Imprensa Viva. Destaca-se ainda, a tendência de alta desses grupos, especialmente do Jornal da Cidade Online (19,4 milhões de compartilhamentos em 2019), em comparação com a queda conjunta da disseminação dos sites progressistas. O ambiente informacional foi se tornando progressivamente mais ocupado pelo jornalismo advocatício de direita pela

criação de fontes com muito alcance na plataforma, enquanto que a esquerda perdeu espaço de contraponto principal à imprensa tradicional, conquistado no Facebook durante o primeiro mandato de Dilma.

A H3 sugere que esses padrões não são estáveis e consistentes, mas sofrem flutuações de acordo com a conjuntura e o alinhamento das forças políticas que compõem o governo e a oposição. Considerando que, entre 2016 e 2019, aconteceram três alternâncias de poder na presidência, espera-se que haja distinções na circulação da imprensa tradicional. Sobretudo depois da eleição de Jair Bolsonaro, a direita radicalizou um comportamento de assédio, perseguição, ridicularização e ameaças a jornalistas da imprensa tradicional. Esse comportamento refratário ao jornalismo deve gerar um declínio da menção às fontes dos meios de massa no polo de direita, em 2019.

O próximo gráfico analisa os padrões longitudinais a partir da proporção de publicações de notícias jornalísticas em páginas dos *clusters* de filiação de esquerda e de direita. A Figura 5 exibe os resultados anuais e o sombreado indica o erro padrão.

Figura 5
Evolução temporal de compartilhamentos na esquerda e na direita de links da Imprensa Tradicional



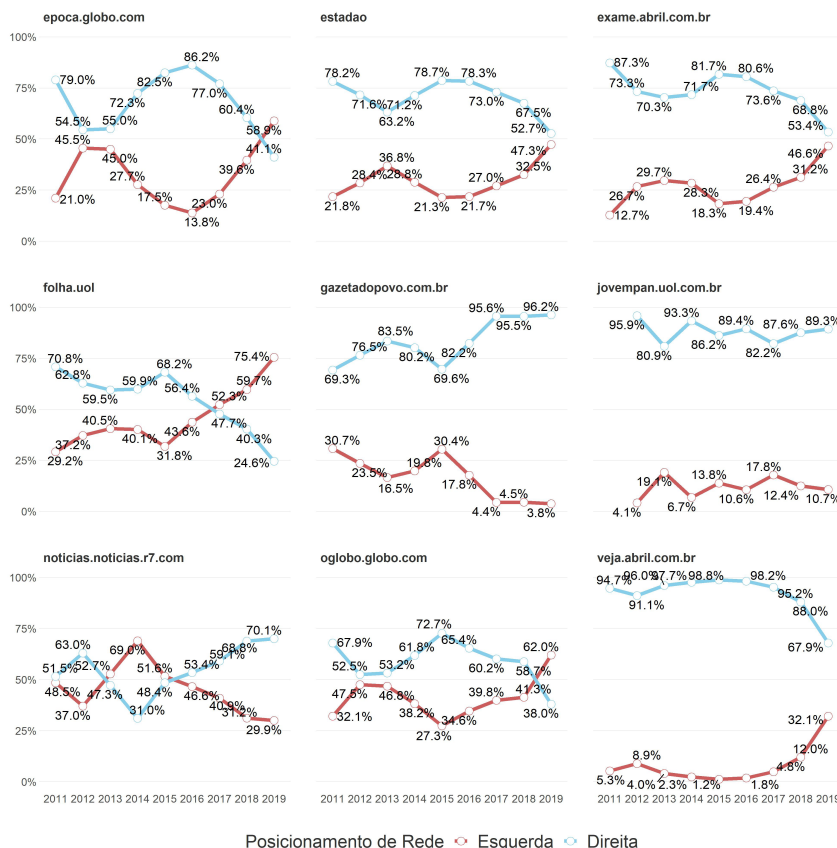
Fonte: Elaboração pelo autor com base em dados da Facebook Graph API e do Crowdtangle

Os achados revelam que a segregação ideológica não é estável no tempo e se igualam dentro da margem de erro, em 2013 e 2019, mas não chegam a inverter os polos. Em geral, a imprensa tradicional demonstrou padrão histórico de circulação mais concentrada entre atores de direita. Isso se sustenta durante os nove anos da série temporal, com momentos de alargamento da polarização e outros de arrefecimento. Especialmente entre 2014 e 2018, os domínios jornalísticos são sistematicamente mais citados pelos atores de direita, sobretudo em 2015 e 2016, período de intensa comoção social durante o impeachment de Dilma Rousseff¹⁰. O primeiro ano de mandato de Jair Bolsonaro foi o momento de maior circulação da imprensa na esquerda (51,7% e 48,3%), quando não há diferença estatisticamente significativa entre os polos.

Depois de 2013, nos anos em que a esquerda esteve no governo, a imprensa jornalística foi fonte majoritária dos atores de direita, até o pico em 2016. Desde então, essa tendência se inverteu, tendo em vista que o campo de esquerda passa a compor a oposição aos governos de Michel Temer e Jair Bolsonaro, e a citação aos veículos da imprensa tradicional aumentou progressivamente. Ainda assim, isso se dá em um patamar abaixo de 40% até o ano de 2019, quando houve um salto de 10 pontos percentuais na proporção de menções. Dessa forma, os resultados indicam que as dinâmicas de polarização são instáveis no longo prazo, mas não a ponto de serem inconsistentes no geral; isto é, a esquerda não chega a compartilhar os links da imprensa tradicional proporcionalmente mais do que a direita, acima da margem de erro.

Considerando que o sistema midiático como um todo teve circulação de links levemente inclinada à direita, é possível supor variações entre os veículos de acordo com sua linha editorial jornalística e audiência. A Figura 6 desagrega os dados para exibir a proporção de citações dos sites de imprensa mais compartilhados.

Figura 6
Evolução Temporal de Compartilhamentos na Esquerda e na Direita de Links Desagregados da Imprensa Tradicional



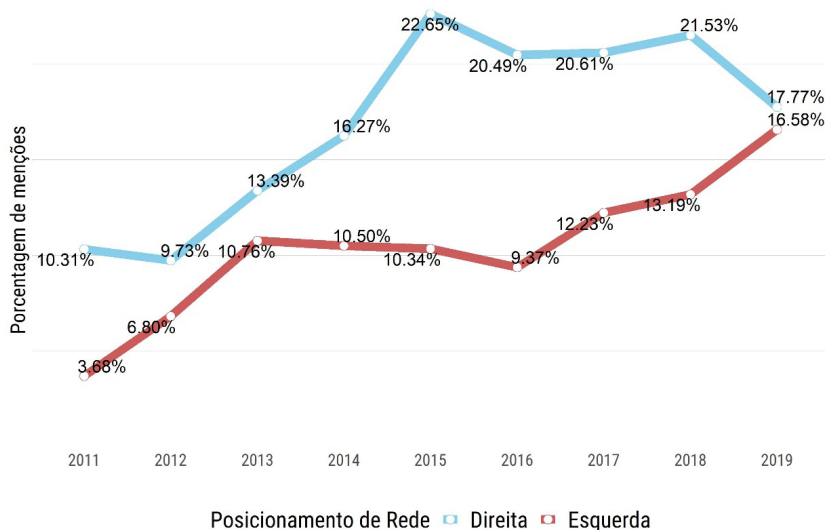
Fonte: Elaboração pelo autor com base em dados da Facebook Graph API e do Crowdtangle

Os resultados sugerem que boa parte das fontes, em maior ou menor grau, apresentou crescimento das menções na esquerda nos últimos anos. Assim, ainda que a inconsistência e realinhamentos não se manifestem na tendência geral, são perceptíveis nas dinâmicas de atenção de veículos específicos. É possível identificar três comportamentos particulares. O primeiro, de inconsistência, em que um veículo passa a receber maior atenção dos atores de esquerda do que de direita, o que acontece com os jornais O Globo e Folha de S. Paulo e com a revista Época. O segundo indica um crescimento sem inversão dos polos. São os casos da Revista Veja, que atingiu 32,1% de suas referências advindas da esquerda em 2019, e do jornal Estadão, com 47,3%. O

terceiro modelo de relacionamento é o de afastamento progressivo, que aconteceu com Jovem Pan, Gazeta do Povo e Portal R7, que atingiram, respectivamente, 89,3%, 96,2% e 70,1% de menções da direita durante o primeiro ano de mandato de Bolsonaro. O Portal R7 tem uma característica interessante de instabilidade, sendo mais compartilhado pela esquerda durante 2014, ano da reeleição de Dilma Rousseff e, nos demais, com predominância na direita.

Por fim, cabe detalhar se a queda nas referências às fontes jornalísticas pela direita acontece em consonância com o aumento do consumo de sites alternativos que não operam pelo modelo de jornalismo profissional, como sugere o Gráfico 4. Na figura 7, exibimos a proporção anual de links da imprensa jornalística como referência em *posts* de esquerda e de direita no Facebook.

Figura 7
Série Temporal da Proporção de Citações de Domínios da Imprensa Tradicional



Fonte: Elaboração pelo autor com base em dados da Facebook Graph API e do Crowdtangle

Em primeiro lugar, destaca-se a baixa incidência do conteúdo jornalístico em ambos os polos, em favor de veículos de mídia alternativa. As séries temporais demonstram que a tendência de crescimento do consumo de notícias jornalísticas pelo campo da esquerda se sustenta entre 2016 e 2019. No polo de direita, esse comportamento se repetiu

entre 2012 e 2015, indo de 9,78% para 22,6%. Mais significativamente, com a eleição de Bolsonaro, a adoção do discurso jornalístico cai na direita e sobe no campo de esquerda.

Dessa forma, os dados amparam parcialmente a H3, tendo em vista que, embora as dinâmicas de polarização sejam instáveis e sujeitas às configurações da competição político-eleitoral nacional, o padrão de inconsistência é particular de alguns veículos jornalísticos e não pode ser generalizado. Assim, o impeachment potencialmente gerou um efeito de aproximação temporária entre uma direita em ascensão e com forte atuação nas mídias sociais e a imprensa tradicional. Considerando que há uma certa estabilidade, em 2013, da proporção de citações de links – ou seja, baixa insularidade dos fluxos informacionais –, o padrão se modificou entre 2014 e 2016, especialmente durante as manifestações pelo afastamento da presidenta Dilma Rousseff. Com a vitória de Bolsonaro, as tendências mudaram novamente, mostrando a incipiente subida da citação de notícias da imprensa jornalística na esquerda e queda na direita.

DISCUSSÃO E CONSIDERAÇÕES FINAIS

A proposta desse artigo foi de analisar a polarização com dados do ambiente informacional digital e dos padrões de circulação de veículos midiáticos no Facebook em um recorte temporal que se estende durante nove anos. O trecho final debate os principais resultados à luz dos conceitos da literatura e avalia as contribuições do argumento para a pesquisa sobre o tema.

A H1a é suportada pelos dados na medida em que os domínios se distribuem em uma curva bimodal, em que a maior parte recebe atenção majoritária de apenas um dos polos ideológicos. Num meio digital de alta disponibilidade de escolha midiática e redução dos custos para criação e propagação de conteúdo, é reduzida a barreira de entrada para novos modelos jornalísticos que, frequentemente, se destinam a audiências partidarizadas (Bimber, 1998; Bennett e Iyengar, 2008; Stroud, 2010). Assim, no Facebook há uma distinção significativa em relação ao sistema midiático nacional, caracterizado pela concentração dos meios de comunicação em oligopólios e linhas editoriais de apelo para o público em geral. Nesse sentido, a pesquisa encontrou um ambiente heterogêneo de informações políticas com muitos veículos

hiperpartidarizados, ou seja, cobertura pautada pelos comentários políticos, contra-informação e defesa de agendas ou de lideranças (Baum e Groeling, 2008; Levendusky, 2013).

Todavia, a H1b não se sustentou, pois a maior parte desses websites partidarizados recebe, comparativamente, pouca atenção. O achado vai ao encontro da literatura internacional sobre hábitos de consumo de mídia, que indica que os sites hiperpartidarizados possuem audiências de *news junkies*, relativamente pequenas, mas muito leais e dedicadas (Webster, 2005; Levendusky, 2013; Prior, 2013; Nelson e Taneja, 2018). Além disso, destaca-se que as distribuições não seguem os modelos de Benkler, Faris e Roberts (2018) e de Messing, Kessel e Hughes (2017), que mostraram maiores índices de compartilhamento nos polos ideológicos mais extremos para o caso estadunidense.

Dessa forma, é possível argumentar no sentido de uma polarização moderada, em linha com Adamic e Glance (2005), em que o meio digital proporciona vasta opção de fontes mas, no geral, a boa parte da atenção continua sendo concentrada pelos conglomerados de comunicação. Ainda assim, chama a atenção como, individualmente, alguns portais de apoio ao governo Bolsonaro que atuam espalhando desinformação e coberturas enviesadas como o Jornal da Cidade Online, estejam entre as fontes mais compartilhadas em 2019, indicando uma guinada à direita que consolida a curva de crescimento da popularidade identificada nos anos anteriores (Alves, 2019).

Esses resultados podem contribuir para alinhar as discrepâncias entre estudos de comunicação e política que encontram altos índices de polarização na internet (Alves, 2019; Bursztyń e Birnbaum, 2019; Machado *et al.*, 2018; Ortellado, Solano e Moretto, 2016; Santos, 2020; Soares, Recuero e Zago, 2019) e análises sobre a opinião pública que historicamente têm evidências de comportamento centrípeto até 2014 (Borges e Vidigal, 2018; Shifter, 2011). Além da amostra de usuários de mídias digitais ser enviesada em favor de uma população com mais renda, anos de escolaridade e de residência urbana, a disponibilidade e diversidade ideológica de veículos não reflete as dinâmicas de opinião pública (Newman, *et al.*, 2019). Isto é, ambientes digitais de consumo de informação tendem a ser mais polarizados do que os meios de massa ou que a web (Bail, 2021; Benkler, Faris e Roberts, 2018; Gentzkow e Shapiro, 2011) e também mais propensos às estratégias de

coordenação de atividades inautênticas e de técnicas automatizadas para inflação artificial de métricas de alcance (Benkler, Faris e Roberts, 2018; Giglietto *et al.*, 2020).

A H2 sugere uma nuance na hipótese de polarização política, na medida em que a imprensa jornalística recebe atenção mais próxima de uma distribuição equivalente entre os dois polos. Não encontramos evidência da formação de bolhas ideológicas completamente insulares em que não há pontos de contato, como estudos relacionados também indicaram (Bechmann e Nielbo, 2018; Dubois e Blank, 2018; Eady *et al.*, 2019). Aruguete, Calvo e Ventura (2021) mostraram que a reputação dos veículos modula a polarização, na medida em que buscam atingir um público mais moderado, enquanto sites de menor reputação constroem sua visibilidade atingindo nichos ideológicos específicos (Stroud, 2011). Assim, o jornalismo atua como ponte de conexão relevante ao interligar agrupamentos ideológicos completamente distintos (Soares, Recuero e Zago, 2019). Na prática, mesmo as organizações que mais foram perseguidas pelo bolsonarismo, como a Folha de S. Paulo e O Globo, não deixaram de compor as referências dos atores de direita, ainda que em proporção menor que antes.

O artigo propõe a ideia de “polarização instável” para dar conta do relacionamento entre um sistema midiático politicamente ativo, mas sem ligações duradouras com organizações políticas, e um sistema partidário fragmentado e com pouca identificação ideológica. A H3 foi parcialmente sustentada pelos resultados, considerando que há dois momentos distintos de alinhamento entre os polos ideológicos e a imprensa jornalística. Durante o impeachment de Dilma Rousseff, a maior parte da atenção dos veículos tradicionais vêm de citações da direita. Nesse momento, o enquadramento da “mídia golpista” foi muito significativo no campo progressista (Magalhães, Albuquerque e Alves, 2020). Já na direita, a posição editorial pelo afastamento da presidente atendia oportunamente aos propósitos dos manifestantes; principalmente aos do MBL e do Vem pra Rua (dos Santos e Chagas, 2018). Isso não significa afirmar que havia uma conexão estável e duradoura, mas uma associação ambivalente, de curto prazo e pautada em interesses comuns. Isso pode ser exemplificado pelo caso do MBL, que hostilizou constantemente a Folha de S. Paulo e O Globo afirmando que os jornais escondiam os atos da população (Baron e Luz, 2019; dos Santos e Chagas, 2018).

O dinamismo da relação entre mídia e política volta a se manifestar quando o PT é afastado do poder e passa a integrar a oposição. Nesse momento, mesmo com as ressalvas históricas do partido à imprensa, chamada de partido golpista, aumentou a proporção das menções às notícias no campo progressista. Isso pode ser explicado como um movimento de realinhamento dado a partir da inflexão na cobertura de escândalos referentes às delações premiadas contra Michel Temer e aos desvios de dinheiro público por parte da família Bolsonaro (Rodrigues, 2018). Além disso, esse reposicionamento pode representar uma tática de diferenciação em relação à postura autoritária de perseguição a jornalistas. Os resultados vão na linha de Messing, Kessel e Hughes (2017), que demonstraram que, depois da eleição de Donald Trump, a lacuna partidária no compartilhamento de notícias aumentou porque os democratas passaram a referenciar o jornalismo profissional em uma proporção muito maior do que nos anos anteriores.

Este artigo possui algumas limitações que devem ser consideradas. Em primeiro lugar, não conduz a análise de conteúdo para aprofundar em quais contextos semântico-político os atores se apropriam das fontes informacionais. O desenho de pesquisa empregado não considera especificamente o enviesamento ou o enquadramento de sentido das reportagens produzidas pelas organizações midiáticas. Os achados jogam luz sobre como *fan-pages* que estruturalmente se localizam em porções de esquerda e de direita na rede do Facebook usam os sites como fontes para suas publicações. Assim, a polarização apontada se dá no nível estrutural das circulações informacionais e demandaria investigações mais aprofundadas sobre o conteúdo para analisar a cobertura.

Certamente, os compartilhamentos não necessariamente significam endosso por parte dos atores, podendo ser um recurso para defender o ponto contrário ou tecer críticas referenciais. Esse detalhamento foge ao desenho de pesquisa proposto neste trabalho e é um ponto importante a ser retomado em propostas futuras. Além disso, foi realizado um recorte de *fan-pages* que elucida como páginas públicas citam sites externos ao Facebook, o que impede a generalização dos resultados para o comportamento de usuários nessa plataforma, ainda que os compartilhamentos nos posts sejam um indicativo dessa dimensão. Por fim, análises futuras podem contribuir com o conhe-

cimento sobre o assunto com dados longitudinais de outras plataformas, como Twitter, Reddit e Youtube para triangular os resultados do ponto de vista da ecologia midiática digital.

(Recebido para publicação em 20 de março de 2020)

(Reapresentado em 3 de novembro de 2020)

(Aprovado para publicação em 24 de setembro de 2021)

NOTAS

1. Importante notar que, à direita, um pequeno grupo de parlamentares das bancadas da bala e evangélica exibiam, desde o começo da década, defesa de pautas conservadoras em segurança política e temas de costumes, sem alinhamento com as lideranças do campo de centro-direita (Quadros e Madeira, 2018).
2. Ressalva-se que o estudo não aborda empiricamente a eleição de 2018, apesar dos comentários céticos dos autores quanto à possibilidade de alteração significativa da opinião pública para esse pleito.
3. *Application Programming Interface* (API) é uma fonte programática de transmissão de dados que pode ser utilizada para extração de informações das plataformas. Nessa pesquisa, utilizamos a versão 2.8 da Graph API. Embora diversas modificações tenham sido realizadas pelo Facebook na Graph API durante o período de coleta de dados da pesquisa, elas não afetaram a consistência das métricas. O *endpoint page/likes* foi extraído em setembro de 2017. Já o *endpoint page/posts* sofreu alterações em diversos metadados, como a inclusão das reações, mas nenhum deles foi utilizado neste artigo, que se debruça, especificamente, sobre o *link* citado na mensagem e o número de compartilhamentos da publicação.
4. Foram utilizadas duas fontes de dados para aumentar a cobertura temporal da amostra, com menor probabilidade de dados ausentes. Isso porque as coletas pela API foram feitas em diferentes momentos entre 2014 e 2018, enquanto que a coleta pelo Crowdtangle foi feita em julho de 2019, retroagindo até 2011. Esta última não contempla posts deletados ou páginas que foram desativadas pelo Facebook por espalharem desinformação. As publicações resultantes foram tratadas, uniformizadas e mescladas com eliminação das duplicatas.
5. Essa diferença entre o total de publicações dos polos foi ajustada para a análise.
6. Os dados abertos com as páginas inseridas na amostra e o resultado da categorização e do posicionamento ideológico podem ser acessados nos materiais suplementares.
7. A imprensa jornalística profissional ($n = 115$) foi excluída dessa classificação ideológica, na medida em que o desenho de pesquisa se fundamenta no compartilhamento dos links realizado por outros atores no Facebook.
8. A literatura consultada para a construção teoria das categorias e o livro de códigos com as instruções para a classificação estão disponíveis nos materiais suplementares deste artigo.
9. Média dos anos em que o domínio é citado pelo menos uma vez pelos atores da rede.
10. Houve um pico, em 2011, que pode ser considerado de menor relevância, dada a pequena quantidade de publicações naquele ano e a ainda incipiente adoção do Facebook no Brasil.

REFERÊNCIAS

- Abramowitz, Alan; Saunders, Kyle. (2008), "Is Polarization a Myth?". *The Journal of Politics*, v. 70, n. 2, pp. 542-555.
- Adamic, Lada; Glance, Natalie. (2005), "The Political Blogosphere and the 2004 US Election: Divided They Blog", in *Proceedings of the 3rd International Workshop on Link discovery*. ACM, pp. 36-43.
- Albuquerque, Afonso. (2005), "Another 'Fourth Branch' Press and Political Culture in Brazil". *Journalism*, v. 6, n. 4, pp. 486-504.
- _____. (2011), "On models and margins", in Hallin, Daniel; Paolo, Mancini (eds.), *Comparing Media Systems Beyond the Western World*. Cambridge, Cambridge University Press, pp. 72-95.
- _____. (2018), "Political Parallelism", in Croucher, Stephen, Zeng, Cheng, Rahmani, Diyako, & Sommer, Méloine (org.), *Oxford Research Encyclopedia of Communication*. Oxford, Oxford University Press, pp. 1-35. Disponível em <<https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.860>>.
- Aldé, Alessandra; Escobar, Juliana; Chagas, Viktor. (2007), "A Febre dos Blogs de Política". *Revista FAMECOS: Mídia, Cultura e Tecnologia*, v. 14, n. 33, pp. 29-40.
- _____. (2011), "Cidadãos na Rede: Tipos de Internautas e Sua Relação com a Informação Política Online". *Contemporânea*, v. 9, n. 3, pp. 370-389.
- _____; Mendes, Gabriel; Figueiredo, Marcus. (2007), "Tomando Partido: Imprensa e Política nas Eleições de 2006". *Política & Sociedade*, v. 6, n. 10, pp. 153-172.
- Alves, Marcelo. (2019), *Desarranjo da Visibilidade, Desordem Informacional e Polarização no Brasil entre 2013 e 2018*. Tese de Doutorado em Comunicação. Universidade Federal Fluminense, Niterói, Brasil.
- Amaral, Oswaldo. (2020), "The Victory of Jair Bolsonaro According to the Brazilian Electoral Study of 2018". *Brazilian Political Science Review*, v. 14, n. 1, Disponível em <<https://doi.org/10.1590/1981-3821202000010004>>.
- An, Jisun; Quercia, Daniele; Cha, Meeyoung; Gummadi, Krishna; Crowcroft, Jon. (2014), "Sharing Political News: the Balancing Act of Intimacy and Socialization in Selective Exposure". *EPJ Data Science*, v. 3, n. 12, pp. 1-21.
- Andris, Clio; Lee, David; Hamilton, Marcus; Martino, Mauro; Gunning, Christian; Selden, John. (2015), "The Rise of Partisanship and Super-Cooperators in the US House of Representatives". *PloS one*, v. 10, n. 4, pp.1-14.
- Aruguete, Natália; Calvo, Ernesto; Ventura, Tiago. (2021), News Sharing, Gatekeeping, and Polarization: A Study of the #Bolsonaro Election. *Digital Journalism*, v. 9, n. 1, pp. 1-23.
- Azevedo, Fernando. (2006), "Mídia e Democracia no Brasil: Relações entre o Sistema de Mídia e o Sistema Político". *Opinião Pública*, v. 12, n. 1, pp. 88-113.
- _____. (2017), *A Grande Imprensa e o PT (1989-2014)*. São Carlos, EdUFSCar.
- Bail, Christopher; Argyle, Lisa; Brown, Taylor; Bumpus, John; Chen, Haohan; Fallin Hunzaker, M. B.; Lee, Jaemin; Mann, Marcus; Merhout, Friedolin; Volfovsky Alexander. (2018),

- "Exposure to Opposing Views on Social Media Can Increase Political Polarization". *Proceedings of the National Academy of Sciences*, v. 115, n. 37, pp. 9216-9221.
- _____. (2021), *Breaking the Social Media Prism*. Princeton, Princeton University Press.
- Bakshy, Eytan; Messing, Solomon; Adamic, Lada. (2015), "Exposure to Ideologically Diverse News and Opinion on Facebook". *Science*, v. 348, n. 6239, pp. 1130-1132.
- Barberá, Pablo. (2014), "How Social Media Reduces Mass Political Polarization. Evidence from Germany, Spain, and the US". *Job Market Paper*, v. 46, pp. 1-46.
- _____; Piccirilli, Michael; Geisler, Andrew; van Atteveld, Wouter. (2017), "'Rfacebook': Access to Facebook API via R". *R Package Version 0.6. 15*. Disponível em <<https://cran.r-project.org/web/packages/Rfacebook/index.html>>.
- Baron, Letícia; Luz, Michele Diana da (2018), "Redes Sociais e Mídia Tradicional: Disputa e Articulação na Significação do Impeachment de Dilma Rousseff". *Revista de Ciências do Estado*, v. 3, n. 1, pp. 366-388.
- Bartels, Larry. (2000), "Partisanship and Voting Behavior, 1952-1996". *American Journal of Political Science*, v. 44, n. 1, pp. 35-50.
- Baum, Matthew; Groeling, Tim. (2008), "New Media and the Polarization of American Political Discourse". *Political Communication*, v. 25, n. 4, pp. 345-365.
- Bechmann, Anja; Nielbo, Kristoffer. (2018), "Are We Exposed to the Same "News" in the News Feed? An Empirical Analysis of Filter Bubbles as Information Similarity for Danish Facebook Users". *Digital Journalism*, v. 6, n. 8, pp. 990-1002.
- Benkler, Yochai; Faris, Robert; Roberts, Hal. (2018), *Network Propaganda: Manipulation, Disinformation, and Radicalization in American Politics*. Oxford, Oxford University Press.
- Bennett, Lance; Iyengar, Shanto. (2008), "A New Era of Minimal Effects? The Changing Foundations of Political Communication". *Journal of Communication*, v. 58, n. 4, pp. 707-731.
- Bimber, Bruce. (1998), "The Internet and Political Transformation: Populism, Community, and Accelerated Pluralism". *Polity*, v. 31, n. 1, pp. 133-160.
- Blondel, Vincent; Guillaume, Jean-Loup; Lambiotte, Renaud; Lefebvre, Etienne. "Fast Unfolding of Communities in Large Networks". *Journal of Statistical Mechanics: Theory and Experiment*, v. 10, n. 1, pp. 1-12. Disponível em <<https://arxiv.org/abs/0803.0476>>.
- Borges, André; Vidigal, Robert. (2018), "Do Lulismo ao Antipetismo? Polarização, Partidarismo e Voto nas Eleições Presidenciais Brasileiras". *Opinião Pública*, v. 24, n. 1, pp. 53-89.
- Borgesius, Frederik; Trilling, Damian; Moller, Judith; Bodò, Balazs; De Vreese, Claes; Helbenger, Natali. (2016), "Should We Worry About Filter Bubbles?". *Internet Policy Review. Journal on Internet Regulation*, v. 5, n. 1, pp. 1-16.
- Braga, Maria do Socorro; Pimentel Jr., Jairo. (2011), "Os Partidos Políticos Brasileiros Realmente Não Importam?". *Opinião Pública*, v. 17, n. 2, pp. 271-303.
- _____; Zolnerkevic, Aleksei. (2020), "Padrões de Votação no Tempo e no Espaço: Classificando as Eleições Presidenciais Brasileiras". *Opinião Pública*, v. 26, n. 1, pp. 1-33.

- Brundidge, Jennifer. (2010), "Encountering "Difference" in the Contemporary Public Sphere: The Contribution of the Internet to the Heterogeneity of Political Discussion Networks". *Journal of Communication*, v. 60, n. 4, p. 680-700.
- Bruns, Axel. (2019), *Are Filter Bubbles Real?* United Kingdom, Polity Press.
- _____; Burgess, Jean; Highfield, Tim; Kirchhoff, Lars; Nicolai, Thomas. (2011), "Mapping the Australian Networked Public Sphere". *Social Science Computer Review*, v. 29, n. 3, pp. 277-287.
- Bülow, Marisa von; Dias, Tayrine. (2019), "O Ativismo de Hashtags Contra e a Favor do Impeachment de Dilma Rousseff". *Revista Crítica de Ciências Sociais*, v. 120, pp. 5-32.
- Bursztyjn, Victor; Birnbaum, Larry. (2019), "Thousands of Small, Constant Rallies: A Large-scale Analysis of Partisan WhatsApp Groups". *IEEE/ACM International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining (ASONAM)*, pp. 484-488.
- Carreirão, Yan de Souza. (2014), "O Sistema Partidário Brasileiro: um Debate com a Literatura Recente". *Revista Brasileira de Ciência Política*, n. 14, pp. 255-295.
- Carreiro, Rodrigo. (2017), *A Discussão Política em Rede: um Estudo sobre a Divergência Política no Facebook*. Tese de Doutorado em Comunicação, Salvador, Brasil.
- Cavassana De Carvalho, Fernanda; Urizzi Cervi, Emerson. (2018), "Imprensa Brasileira e Eleições Presidenciais: A Polarização do Conteúdo Jornalístico das Revistas na web". *Cuadernos.info*, n. 42, pp. 163-182. Disponível em <<http://dx.doi.org/10.7764/cdi.42.1225>>.
- Colleoni, Elanor; Rozza, Alessandro; Arvidsson, Adam. (2014), "Echo Chamber or Public Sphere? Predicting Political Orientation and Measuring Political Homophily in Twitter Using Big Data." *Journal of Communication*, v. 64, n. 2, p. 317-332.
- Conover, Michael; Ratkiewicz, Jakob; Francisco, Mathew; Gonçalves, Bruno; Menczer, Filippo; Flammini, Alessandro. (2011), "Political Polarization on Twitter", in *Fifth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*, pp. 89-96.
- CrowdTangle (2020), CrowdTangle. *Facebook*, Menlo Park, California, United States.
- Dalton, Russell. (2008), "The Quantity and the Quality of Party Systems: Party System Polarization, Its Measurement, and Its Consequences". *Comparative Political Studies*, v. 41, n. 7, pp. 899-920.
- Dos Santos, João Guilherme; Chagas, Viktor. (2018), "Direta Transante". *MATRIZES*, v. 12, n. 3, pp. 189-214.
- Downs, Anthony. (1957), "An Economic Theory of Political Action in a Democracy". *Journal of Political Economy*, v. 65, n. 2, pp. 135-150.
- Dubois, Elizabeth; Blank, Grant. (2018), "The Echo Chamber is Overstated: the Moderating Effect of Political Interest and Diverse Media". *Information, Communication & Society*, v. 21, n. 5, pp. 729-74.
- Eady, Gregory; Nagler, Jonathan; Guess, Andy; Zilinsky, Jan; Tucker, Joshua. (2019), "How Many People Live in Political Bubbles on Social Media? Evidence From Linked Survey and Twitter Data". *Sage Open*, v. 9, n. 1, pp. 1-21.
- Feres Júnior, João. (2018), "Partidarismo Midiático". *Enciclopédia do Golpe*, v. 2, pp. 178-188.

- _____.; Sassara, Luna (2016), "O Cão Que Nem Sempre Late: o Grupo Globo e a Cobertura das Eleições Presidenciais de 2014 e 1998". *Compolítica*, v. 6, n. 1, pp. 30-63.
- Fernandes, Dmitri; Vieira, Allana. (2019), "A Direita Mora do Mesmo Lado da Cidade: Especialistas, Polemistas e Jornalistas". *Novos Estudos CEBRAP*, v. 38, n. 1, pp. 157-182.
- Figueiredo, Argelina Cheibub; Limongi, Fernando. (2000), "Presidential Power, Legislative Organization, and Party Behavior in Brazil". *Comparative Politics*, v. 32, n. 2, pp. 151-170.
- Fiorina, Morris; Abrams, Samuel. (2008), "Political Polarization in the American Public". *Annual Review Political Science*, v. 11, pp. 563-588.
- Flaxman, Seth; Goel, Sharad; Rao, Justin. (2016), "Filter Bubbles, Echo Chambers, and Online News Consumption". *Public Opinion Quarterly*, v. 80, n. 1, pp. 298-320.
- Fletcher, Richard; Nielsen, Rasmus Kleis. (2018) "Are People Incidentally Exposed to News on Social Media? A Comparative Analysis". *New Media & Society*, v. 20, n. 7, pp. 2450-2468.
- Garimella, Kiran; Weber, Ingmar. (2017), "A Long-term Analysis of Polarization on Twitter". *arXiv preprint arXiv:1703.02769*, v. 1, pp. 1-4. Disponível em: <<https://arxiv.org/abs/1703.02769>>.
- Garrett, Kelly. (2009), "Echo Chambers Online? Politically Motivated Selective Exposure Among Internet News Users". *Journal of Computer-Mediated Communication*, v. 14, n. 2, pp. 265-285.
- Gentzkow, Matthew; Shapiro, Jesse. (2011), "Ideological Segregation Online and Offline". *The Quarterly Journal of Economics*, v. 126, n. 4, pp. 1799-1839.
- Giglietto, Fabio; Righetti, Nicola; Rossi, Luca; Marino, Giada. (2020), "It Takes a Village to Manipulate the Media: Coordinated Link Sharing Behavior During 2018 and 2019 in Italian Elections". *Information, Communication & Society*, v. 23, n. 6, pp. 1-25. Disponível em <<https://doi.org/10.1080/1369118X.2020.1739732>>.
- Guazina, Liziane Soares. (2013), "Jornalismo Que Tem Lado: o Caso dos Blogueiros Brasileiros 'Progressistas'". *Brazilian Journalism Research*, v. 9, n. 2, pp. 68-87.
- Hallin, Daniel; Mancini, Paolo. (2004), *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. Cambridge, Cambridge University Press.
- Herbst, Susan. (1996), "Public Expression Outside the Mainstream". *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, v. 546, n. 1, pp. 120-131.
- Iyengar, Shanto; Hahn, Kyu. (2009), "Red Media, Blue Media: Evidence of Ideological Selectivity in Media Use". *Journal of Communication*, v. 59, n. 1, pp. 19-39.
- _____.; Lelkes, Yphtach; Levendusky, Matthew; Malhotra, Neil; Westwood, Sean. (2019), "The Origins and Consequences of Affective Polarization in the United States". *Annual Review of Political Science*, v. 22, pp. 129-146.
- Jacobson, Susan; Myung, Eunyoung; Johnson, Steven. (2016), "Open Media or Echo Chamber: The Use of Links in Audience Discussions on the Facebook Pages of Partisan News Organizations". *Information, Communication & Society*, v. 19, n. 7, pp. 875-891.
- Kearney, Michael Wayne. (2019), "Analyzing Change in Network Polarization". *New Media & Society*, v. 21, n. 6, pp. 1380-1402.

- Kinzo, Maria D'Alva. (2004), "Partidos, Eleições e Democracia no Brasil pós-1985". *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, v. 19, n. 54, pp. 23-40.
- Krippendorff, Klaus. (2011), "Agreement and Information in the Reliability of Coding". *Communication Methods and Measures*, v. 5, n. 2, pp. 93-112.
- Larsson, Anders Olof. (2019), "News Use as Amplification: Norwegian National, Regional, and Hyperpartisan Media on Facebook". *Journalism & Mass Communication Quarterly*, v. 96, n. 3, pp. 721-741.
- Lee, Jae Kook; Kim, Eunyi. (2017), Incidental Exposure to News: Predictors in the Social Media Setting and Effects on Information Gain Online. *Computers in Human Behavior*, v. 75, pp. 1008-1015.
- Levendusky, Matthew. (2013), "Why do Partisan Media Polarize Viewers?". *American Journal of Political Science*, v. 57, n. 3, pp. 611-623.
- Lucas, Kevin; Samuels, David. (2010), "The Ideological 'Coherence' of the Brazilian Party System, 1990-2009". *Journal of Politics in Latin America*, v. 2, n. 3, pp. 39-69.
- Lycarião, Diógenes; Alves, Marcelo. (2017), "Bridging Semantic and Social Network Analyses: the Case of the hashtag #precisamosfalarsobreaborto (We Need to Talk About Abortion) on Twitter". *Information, Communication & Society*, v. 20, n. 3, pp. 368-385.
- _____; Magalhães, Eleonora; Albuquerque, Afonso. (2018), "Noticiário 'Objetivo' em Liquidação: a Decadência do Padrão 'Catch-all' na Mídia Comercial". *Revista FAMECOS: Mídia, Cultura e Tecnologia*, v. 25, n. 2, p. 1-19.
- _____; Maia, Rousiley. (2015), "A COP-15 sob Holofotes Mediáticos: Modos e Níveis de Intervenção Política do Jornalismo no Sistema de Mídia Brasileiro". *E-Compós*, v. 18, n. 1, pp. 1-17.
- Machado, Caio; Kira, Beatriz; Hirsch, Gustavo; Marchal, Nahema; Kollanyi, Bence; Howard, Philip; Lederer, Thomas; Barash, Vlad. (2018), "News and Political Information Consumption in Brazil: Mapping the First Round of the 2018 Brazilian Presidential Election on Twitter". *Computational Propaganda Project*. Disponível em <https://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/93/2018/10/machado_et_al.pdf>.
- Magalhães, Eleonora; Albuquerque, Afonso; Alves, Marcelo. (2020), Brazilian Blogosfera Progressista: Digital Vanguard in Dark Times. *tripleC: Communication, Capitalism & Critique*. Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society, v. 18, n. 1, pp. 219-235.
- Mainwaring, Scott; Scully, Timothy. (1995), *Building Democratic Institutions: Party Systems in Latin America*. Stanford, Stanford University Press.
- _____; Power, Timothy; Bizzarro, Fernando. (2018), The Uneven Institutionalization of a Party System: Brazil, in Mainwaring, Scott (org.), *Party systems in Latin America: Institutionalization, decay, and Collapse*. Cambridge, Cambridge University Press, pp. 164-200.
- Mancini, Paolo. (2013), "Media Fragmentation, Party System, and Democracy". *The International Journal of Press/Politics*, v. 18, n. 1, pp. 43-60.
- Marques, Francisco Paulo; Mont'alverne, Camila; Mitozo, Isabele Batista. (2018), "A Empresa Jornalística Como Ator Político: Um Estudo Quanti-Qualitativo Sobre o Impeachment de Dilma Rousseff nos Editoriais de Folha e Estadão". *Observatorio (Obs*)*, v. 12, n. 03, pp. 224-245.

- Messing, Solomon; van Kessel, Patrick; Hughes, Adam. (2017), "Sharing the News in a Polarized Congress", *Pew Research Center*. Disponível em <<https://www.people-press.org/2017/12/18/sharing-the-news-in-a-polarized-congress/>>.
- Miguel, Luis Felipe. (2019), "Jornalismo, Polarização Política e a Querela das Fake News". *Estudos em Jornalismo e Mídia*, v. 16, n. 2, pp. 46-58.
- Mitchell, Amy; Gottfried, Jeffrey; Kiley, Jocelyn; Matsa, Katerina. (2014), Political Polarization and Media Habits". *Pew Research Center*, v. 21. Disponível em <<https://www.journalism.org/2014/10/21/political-polarization-media-habits/>>.
- Morgan, Jonathan Scott; Shafiq, Muhammad Zubair; Lampe, Cliff. (2013), "Is News Sharing on Twitter Ideologically Biased?", in *Proceedings of the 2013 Conference on Computer Supported Cooperative Work*, pp. 887-896.
- Morris, Jonathan. (2005), "The Fox News Factor". *Harvard International Journal of Press/Politics*, v. 10, n. 3, pp. 56-79.
- Mourão, Rachel; Robertson, Craig. (2019), "Fake News as Discursive Integration: An Analysis of Sites That Publish False, Misleading, Hyperpartisan and Sensational Information". *Journalism Studies*, v. 20, n. 14, pp. 2077-2095.
- Mullainathan, Sendhil; Shleifer, Andrei. (2005), "The Market for News". *American Economic Review*, v. 95, n. 4, pp. 1031-1053.
- Mundim, Pedro. (2018), "O Viés da Cobertura Política da Imprensa nas Eleições Presidenciais Brasileiras de 2002, 2006 e 2010". *Revista Brasileira de Ciência Política*, v. 25, pp. 7-46.
- Nelson, Jacob; Taneja, Harsh. (2018), "The Small, Disloyal Fake News Audience: The Role of Audience Availability in Fake News Consumption". *New Media & Society*, v. 20, n. 10, pp. 3720-3737.
- Newman, Nic; Fletcher, Richard; Kalogeropoulos, Antonis; Nielsen, Rasmus. (2019), *Reuters Institute Digital News Report 2019*. Oxford, Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Ortellado, Pablo; Solano, Esther; Moretto, Márcio. (2016), "Uma Sociedade Polarizada", in Jinkings, Ivana; Doria, Kim; Cleto, Murilo (orgs.), *Por Que Gritamos Golpe*. São Paulo, Boitempo, pp. 159-164.
- Pariser, Eli. (2011), *The Filter Bubble: What the Internet is Hiding From You*. Reino Unido, Penguin.
- Penteado, Claudio Luis; Lerner, Celina. (2018), "A Direita na Rede: Mobilização Online no Impeachment de Dilma Rousseff". *Em Debate*, v. 10, n. 1, pp. 12-24.
- Poole, Keith; Rosenthal, Howard. (1984), "The Polarization of American Politics". *The Journal of Politics*, v. 46, n. 4, pp. 1061-1079.
- Porto, Mauro. (2010), "The Changing Landscape of Brazil's News Media", in Levy, David; Nielsen, Rasmus (eds.), *The Changing Business of Journalism and its Implications for Democracy*, Oxford, Hunts, pp. 107-124.
- _____. (2012), *Media Power and Democratization in Brazil: TV Globo and the Dilemmas of Political Accountability*. New York, Routledge.
- _____; Neves, Daniela; Lima, Bárbara. (2020), "Crise Hegemônica, Ascensão da Extrema Direita e Paralelismo Político". *Compólitica*, v. 10, n. 1, pp. 5-34.

- Power, Timothy; Zucco, Cesar. (2009), "Estimating Ideology of Brazilian Legislative Parties, 1990-2005: a Research Communication". *Latin American Research Review*, v. 44, n. 1, pp. 218-246.
- Prior, Markus. (2013), "Media and Political Polarization". *Annual Review of Political Science*, v. 16, pp. 101-127.
- Prudêncio, Kelly; Rizzotto, Carla; Sampaio, Rafael Cardoso. (2018), "A Normalização do Golpe: o Esvaziamento da Política na Cobertura Jornalística do 'Impeachment' de Dilma Rousseff". *Revista Contracampo*, v. 37, n. 2, pp. 8-36.
- Quadros, Marcos Paulo dos Reis; Madeira, Rafael Machado. (2018), "Fim da Direita Envergonhada? Atuação da Bancada Evangélica e da Bancada da Bala e os Caminhos da Representação do Conservadorismo no Brasil". *Opinião Pública*, v. 24, n. 3, pp. 486-522.
- Recuero, Raquel; Zago, Gabriela; Soares, Felipe. (2019), "Using Social Network Analysis and Social Capital to Identify User Roles on Polarized Political Conversations on Twitter". *Social Media+ Society*, v. 5, n. 2, pp. 1-18.
- Rennó, Lucio. (2020), The Bolsonaro Voter: "Issue Positions and Vote Choice in the 2018 Brazilian Presidential Elections". *Latin American Politics and Society*, v. 62, n. 3. Disponível em <<https://doi.org/10.1017/lap.2020.13>>.
- Ribeiro, Ednaldo; Carreirão, Yan; Borba, Julian. (2016), "Sentimentos Partidários e Antipetismo: Condicionantes e Covariantes". *Opinião Pública*, v. 22, n. 3, pp. 603-637.
- Rodrigues, Theófilo Machado. (2018), "O Papel da Mídia nos Processos de Impeachment de Dilma Rousseff (2016) e Michel Temer (2017)". *Revista Contracampo*, v. 37, n. 2, pp. 37-58.
- Rogers, Richard. (2019), *Doing Digital Methods*. SAGE Publications Limited.
- Roxo, Luisa. (2009), "A Face Obscura da Política: Governo e Eleições no Mídia Sem Máscara". *Aurora. Revista de Arte, Mídia e Política*, n. 4, pp. 153-179.
- Samuels, David. (2006), "Sources of Mass Partisanship in Brazil". *Latin American Politics and Society*, v. 48, n. 2, pp. 1-27.
- _____; Zucco, Cesar. (2018), *Partisans, Antipartisans, and Nonpartisans: Voting Behavior in Brazil*. Cambridge, Cambridge University Press.
- Sartori, G. (2005), *Parties and party systems: A framework for analysis*. Colchester, ECPR press.
- Santos, Fabiano; Tanscheit, Talita. (2019), "Quando Velhos Atores Saem de Cena: a Ascensão da Nova Direita Política no Brasil". *Colômbia Internacional*, n. 99, pp. 151-186.
- Santos, Nina Fernandes; Almada, Maria Paula. (2019), "Midiativismo em Rede: Twitter e as Críticas aos Meios de Comunicação Tradicionais em um Sistema Híbrido de Comunicação". *Esferas*, v. 14, pp. 18-36.
- _____. (2020), "Fontes de Informação nas Redes Pró e Contra o Discurso de Bolsonaro Sobre o Coronavírus". *E-Compós*. Disponível em <<https://e-compos.emnuvens.com.br/e-compos/article/view/2210>>.
- Sartori, Giovanni. (1976), *Parties and Party Systems: a Framework for Analysis*. Cambridge, Cambridge University.
- Schudson, Michael. (1981), *Discovering the News: A Social History of American Newspapers*. New York, Basic Books, 1981.

- Seymour-Ure, Colin. (1974), *The Political Impact of Mass Media*. London, Constable.
- Shifter, Michael. (2011), Latin America: "A Surge to the Center". *Journal of Democracy*, v. 22, n. 1, pp. 107-121.
- Soares, Felipe Bonow; Recuero, Raquel; Zago, Gabriela. (2019), "Asymmetric Polarization on Twitter and the 2018 Brazilian Presidential Elections", in *Proceedings of the 10th International Conference on Social Media and Society*, pp. 67-76.
- Sponholz, Liriam; Christofoletti, Rogério. (2019), "From Preachers to Comedians: Ideal Types of Hate Speakers in Brazil". *Global Media and Communication*, v. 15, n. 1, pp. 67-84.
- Stroud, Natalie. (2010), "Polarization and Partisan Selective Exposure". *Journal of Communication*, v. 60, n. 3, pp. 556-576.
- _____. (2011), *Niche News: The Politics of News Choice*. Oxford, Oxford University Press.
- Sustein, Cass. (2001), *Republic.com*. Princeton, Princeton University Press.
- Tatagiba, Luciana. (2018), "Os Protestos e a Crise Brasileira: um Inventário Inicial das Direitas em Movimento (2011-2016)", in de Almeida, Ronaldo; Toniol, Rodrigo (eds.), *Conservadorismos, Fascismos e Fundamentalismos*. Campinas, Editora Unicamp, pp. 87-116.
- Tavares, Camilla Quesada. (2020), "Do Jornalismo Informativo ao de Posição: a 'Guinada à Direita' do Jornal Gazeta do Povo". *Revista Mídia e Cotidiano*, v. 14, n. 3, pp. 118-136.
- Telles, Helcimara. (2015), "Corrupção, Antipetismo e Nova Direita: Elementos da Crise Político-institucional". *GV EXECUTIVO*, v. 14, n. 2, pp. 36-39.
- Urman, Aleksandra. (2020), "Context Matters: Political Polarization on Twitter From a Comparative Perspective". *Media, Culture & Society*, v. 42, n. 6, pp. 857-879.
- Webster, James. (2005), "Beneath the Veneer of Fragmentation: Television Audience Polarization in a Multichannel World". *Journal of Communication*, v. 55, n. 2, pp. 366-382.
- Williams, Matthew; Cioroianu, Iulia; Williams, Hywel. (2016), Different News for Different Views: Political News-sharing Communities on Social Media Through the UK General Election in 2015. *The Workshops of the Tenth International AAAI Conference on Web and Social Media*, v. 10, n. 2, pp.118-125.
- Yardi, Sarita; Boyd, Danah. (2010), "Dynamic Debates: An Analysis of Group Polarization Over Time on Twitter". *Bulletin of Science, Technology & Society*, v. 30, n. 5, pp. 316-327.
- Zucco, Cesar. (2009), "Ideology or What? Legislative Behavior in Multiparty Presidential Settings". *The Journal of Politics*, v. 71, n. 3, pp. 1076-1092.
- Zucco, Cesar; Power, Timothy. (2020), "Fragmentation Without Cleavages? Endogenous Fractionalization in the Brazilian Party System". *Comparative Politics*, v. 53, n. 3, pp. 477-500. Disponível em <https://www.ingentaconnect.com/content/cuny/cp/pre-prints/content-jcpo_53301>.

RESUMO

As Flutuações de Longo Prazo da Polarização no Brasil – Análise do Compartilhamento de Informações Políticas Entre 2011 e 2019

A literatura especializada sobre polarização da circulação de informações políticas nas mídias digitais vem apontando uma segregação estrutural entre o consumo de notícias no espectro ideológico. Esses achados suportam a ideia de filtros-bolha relativamente estáveis que encapsulam a visão do mundo político. Essa pesquisa questiona se esses padrões se mantêm no longo prazo ou são condicionados por momentos de alta tensão, como eleições nacionais. Para isso, investiga quantitativamente os links citados em 7,7 milhões de publicações feitas no Facebook, entre 2011 e 2019, por páginas organizadas, por técnicas de análise de redes sociais, em clusters de esquerda e de direita. Os resultados enfatizam dinâmicas de polarização que não são estanques, mas flutuam de acordo com as configurações do sistema político. A principal contribuição desse artigo é demonstrar nuances da polarização, identificando não necessariamente polos segregados, mas fatores temporais, políticos e midiáticos que estimulam e arrefecem a insularidade informacional.

Palavras-chave: comunicação; política; polarização; informação; mídias sociais

ABSTRACT

Long-term Fluctuations in Polarization in Brazil – Analysis of Political Information Sharing Between 2011 and 2019

The specialized literature on the polarization of political information circulation within digital media has pointed to the structural segregation of news consumption along the ideological spectrum. These findings support the idea of relatively stable filter bubbles encapsulating the vision of the political world. This research questions whether these patterns hold long-term or are conditioned by moments of high tension, such as national elections. To this end, it quantitatively investigates the links cited in 7.7 million Facebook posts between 2011 and 2019 by the site's pages with social networking analysis techniques within left-wing and right-wing clusters. The results highlight polarization dynamics that are not airtight – that instead fluctuate according to the layout of the political system. Its main contribution is that it demonstrates the nuances of polarization: identifying not necessarily segregated poles but temporal, political, and media factors that arouse and calm information insularity.

Keywords: communication; politics; polarization; information; social media

RÉSUMÉ

Les Fluctuations à Long Terme de la Polarisation au Brésil – Analyse du Partage d’Informations Politiques Entre 2011 et 2019

La littérature spécialisée sur la polarisation de la circulation de l’information politique dans les médias numériques a mis en évidence une ségrégation structurelle entre la consommation de nouvelles dans le spectre idéologique. Ces résultats soutiennent l’idée de bulles de filtres relativement stables qui encapsulent la vision du monde politique. Cette recherche interroge si ces schémas se maintiennent sur le long terme ou sont conditionnés par des moments de haute tension, comme les élections nationales. Pour cela, il enquête quantitativement sur les liens cités dans 7,7 millions de publications faites sur Facebook, entre 2011 et 2019, par des pages organisées, par des techniques d’analyse des réseaux sociaux, en clusters gauche et droit. Les résultats mettent en évidence des dynamiques de polarisation qui ne sont pas étanches, mais fluctuantes selon les configurations du système politique. L’apport principal de cet article est de montrer des nuances de polarisation, identifiant non pas nécessairement des pôles ségrégués, mais des facteurs temporels, politiques et médiatiques qui stimulent et refroidissent l’insularité informationnelle.

Mots-Clés: communication ; politique; polarisation; informations; médias sociaux

RESUMEN

Las Fluctuaciones a Largo Plazo de la Polarización en Brasil - Un Análisis del Intercambio de Información Política Entre 2011 y 2019

La literatura especializada en la polarización de la circulación de la información política en los medios digitales ha venido señalando una segregación estructural entre el consumo de noticias en todo el espectro ideológico. Estos resultados apoyan la idea de que los filtros burbuja son relativamente estables y encapsulan las visiones políticas del mundo. Esta investigación cuestiona si estos patrones se mantienen a largo plazo o están condicionados por momentos de gran tensión, como las elecciones nacionales. Para ello, investiga cuantitativamente los enlaces citados en 7,7 millones de publicaciones realizadas en Facebook entre 2011 y 2019 por páginas organizadas, mediante técnicas de análisis de redes sociales, en clústeres de izquierda y derecha. Los resultados ponen de relieve una dinámica de polarización que no es estanca, sino que fluctúa en función de las configuraciones del sistema político. La principal contribución de este artículo es demostrar los matices de la polarización, identificando no necesariamente polos segregados, sino factores temporales, políticos y mediáticos que estimulan y enfrían la insularidad informativa.

Palabras-clave: comunicación; política; polarización; información; redes sociales