

POLARIZAÇÃO DIGITAL E IDENTIDADE POLÍTICA NO BRASIL CONTEMPORÂNEO

DIGITAL POLARIZATION AND POLITICAL IDENTITY IN CONTEMPORARY BRAZIL

Artigo recebido em: 16/01/2026

Artigo aceito em: 15/04/2026

Erivelto Amarante*

*Universidade Federal do Paraná (UFPR), Curitiba, Paraná, Brasil

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/7751393372988172>

Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-4158-3444>

amarante8x@gmail.com

The authors declare that there is no conflict of interest

Resumo

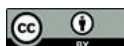
Este artigo analisa a relação entre polarização digital e identidade política no Brasil contemporâneo, com base no Banco Midiapolis 2025. O estudo parte da premissa de que, em ambientes digitais politicamente engajados, a identidade política não se limita à preferência eleitoral, mas articula voto, autoidentificação ideológica, pertencimento comunicacional e fronteiras simbólicas entre campos adversários. A pesquisa adota abordagem quantitativa, descritiva e exploratória, baseada em survey com usuários inseridos em ecossistemas digitais associados ao lulismo e ao bolsonarismo. São examinadas variáveis relativas ao campo político, à posição ideológica declarada, ao voto em 2022 e a indicadores indiretos de coesão identitária. Os resultados indicam forte congruência entre pertencimento digital, voto e autoidentificação ideológica. Entre os lulistas, predominam posições de esquerda e centro-esquerda; entre os bolsonaristas, predominam posições de direita e centro-direita. A baixa presença do centro e a ausência de cruzamento ideológico entre os polos sugerem fronteiras políticas nítidas. O artigo conclui que a polarização digital brasileira deve ser compreendida como processo de estruturação identitária, no qual comportamento eleitoral, ideologia e sociabilidade online se reforçam mutuamente.

Palavras-chave: Polarização Digital. Identidade Política. Comportamento Eleitoral.

Abstract

This article analyzes the relationship between digital polarization and political identity in contemporary Brazil, based on the Midiapolis 2025 dataset. The study assumes that, in politically engaged digital environments, political identity is not limited to electoral preference, but connects vote choice, ideological self-identification, communicational belonging, and symbolic boundaries between opposing political camps. The research adopts a quantitative, descriptive, and exploratory approach, based on survey data from users embedded in digital ecosystems associated with Lulism and Bolsonaroism. The article examines variables related to political alignment, declared ideological position, vote choice in 2022, and indirect indicators of identity cohesion. The results indicate strong congruence between digital belonging, vote choice, and ideological self-identification. Among Lula supporters, left and center-left positions predominate; among Bolsonaro supporters, right and center-right positions predominate. The low presence of the center and the absence of ideological overlap between the two poles suggest clear political boundaries. The article concludes that Brazilian digital polarization should be understood as a process of identity structuring, in which electoral behavior, ideology, and online sociability mutually reinforce one another.

Keywords: Digital Polarization. Political Identity. Electoral Behavior.



1 INTRODUÇÃO

A polarização digital tornou-se uma dimensão decisiva para compreender a política brasileira contemporânea. Em ambientes marcados pela circulação contínua de conteúdos, pela segmentação de públicos e pela centralidade das plataformas digitais, a identidade política deixa de operar apenas como preferência eleitoral episódica e passa a organizar formas de pertencimento, interpretação da realidade e avaliação de atores públicos. Nesse contexto, a disputa política não se limita à escolha entre candidaturas ou programas de governo, pois envolve também vínculos simbólicos, afetos coletivos, fronteiras ideológicas e modos específicos de consumir, validar e compartilhar informações (Mason, 2018; Iyengar *et al.*, 2019; Prior, 2013).

A literatura recente sobre polarização tem demonstrado que a política contemporânea se aproxima cada vez mais de uma lógica identitária. Mason (2018) argumenta que as identidades políticas se tornam mais intensas quando diferentes dimensões da vida social passam a se alinhar em torno de um mesmo pertencimento partidário ou ideológico. Nessa perspectiva, ser de um campo político não significa apenas votar em determinado candidato, mas também reconhecer símbolos, rejeitar adversários, confiar em determinadas fontes, interpretar instituições a partir de filtros coletivos e participar de comunidades de sentido.

A polarização afetiva aprofunda esse processo ao deslocar o conflito político do plano da divergência programática para o plano da distância simbólica entre grupos. Iyengar e Westwood (2015) mostram que a hostilidade entre campos políticos pode produzir formas de antipatia intergrupual comparáveis a outras divisões sociais relevantes. Iyengar *et al.* (2019), por sua vez, destacam que a polarização afetiva envolve simpatia pelo próprio grupo e rejeição ao grupo adversário, o que transforma a disputa política em uma relação marcada por identidades, emoções e julgamentos morais.

No caso brasileiro, esse debate ganha densidade particular em razão da consolidação de dois polos políticos altamente visíveis: o lulismo e o bolsonarismo. Esses campos não podem ser compreendidos apenas como preferências eleitorais associadas a lideranças específicas. O lulismo, conforme Singer (2012), articula uma base social, uma gramática política e uma forma de mediação entre mudança social e conciliação institucional. O bolsonarismo tem sido interpretado como fenômeno político, moral e comunicacional vinculado à crise democrática, à reorganização da direita e à centralidade

das plataformas digitais na construção de pertencimentos coletivos (Avritzer, 2019; Cesarino, 2022; Messenberg, 2017; Nobre, 2022).

Este artigo analisa a relação entre identidade política e polarização digital no Brasil contemporâneo, com base no Banco Midiapolis 2025. A pergunta que orienta o estudo é: como a identidade política se estrutura entre usuários brasileiros inseridos em ambientes digitais polarizados, e de que modo a articulação entre autoidentificação ideológica, voto declarado e pertencimento a grupos online revela padrões de coesão política e separação entre campos? O objetivo geral é compreender a polarização digital como processo de construção identitária, e não apenas como divergência informacional ou eleitoral.

Do ponto de vista metodológico, o artigo adota abordagem quantitativa, descritiva e exploratória, baseada em dados de survey. As variáveis centrais são campo político, autoidentificação ideológica, voto em 2022 e indicadores indiretos de coesão identitária. A análise reconhece um limite importante: o banco não possui medidas diretas de polarização afetiva, como termômetros de simpatia e antipatia ou escalas de rejeição ao adversário. Por isso, o artigo não afirma medir diretamente a polarização afetiva, mas examina indícios compatíveis com fronteiras identitárias nítidas (Babbie, 2011; Iyengar *et al.*, 2019).

2 REFERENCIAL TEÓRICO

A identidade política constitui uma dimensão fundamental para compreender o comportamento eleitoral em sociedades democráticas. Embora o voto possa ser analisado como escolha institucional realizada em momentos específicos, ele também expressa vínculos mais duradouros de pertencimento, valores, lealdades e interpretações sobre o mundo social. Em contextos de polarização, essa dimensão identitária tende a ganhar maior relevância, pois os indivíduos passam a organizar suas percepções políticas não apenas a partir de preferências programáticas, mas também por meio da identificação com grupos, lideranças, símbolos e narrativas coletivas (Mason, 2018; Iyengar *et al.*, 2019).

A tradição dos estudos sobre partidos e sistemas partidários já indicava que a política democrática depende de formas relativamente estáveis de organização das preferências. Sartori (1982) compreende os partidos como estruturas que organizam a competição política, canalizam demandas sociais e permitem a formação de identidades

coletivas no interior dos sistemas representativos. Nas democracias contemporâneas, especialmente em contextos de intensa mediação e circulação digital, essas identidades podem ultrapassar a mediação partidária formal e se articular em torno de lideranças, campos políticos e comunidades comunicacionais.

Mason (2018) argumenta que a polarização se intensifica quando diferentes identidades sociais e políticas passam a se alinhar. Quanto mais religião, ideologia, partido, estilo de vida, território, valores morais e preferências midiáticas se organizam em torno de uma mesma fronteira política, maior tende a ser a distância entre os grupos. Essa sobreposição de identidades fortalece o senso de pertencimento interno e aumenta a percepção de diferença em relação ao adversário.

A polarização contemporânea também envolve uma dimensão afetiva. Iyengar e Westwood (2015) mostram que a distância entre campos políticos pode se manifestar em sentimentos de rejeição, desconfiança e antipatia em relação ao grupo adversário. Iyengar *et al.* (2019) reforçam que a polarização afetiva se caracteriza pela combinação entre simpatia pelo próprio campo e aversão ao campo oposto. Essa dinâmica altera o modo como os cidadãos se relacionam com a política, pois o adversário passa a ser interpretado não apenas como concorrente legítimo, mas como ameaça moral, institucional ou cultural.

No comportamento eleitoral, a identidade política pode produzir efeitos diversos. Ela favorece estabilidade de preferências, aumenta a previsibilidade do voto, fortalece a rejeição a candidatos adversários e reduz a disposição para reavaliar informações contrárias ao próprio campo. Abramowitz e Webster (2016) destacam que o crescimento do partidário negativo tornou-se uma característica relevante da política contemporânea, especialmente quando eleitores passam a votar menos por adesão positiva ao próprio partido e mais por rejeição ao adversário.

Prior (2013) mostra que a ampliação das opções midiáticas pode favorecer maior segmentação informacional, sobretudo entre indivíduos politicamente interessados. Em vez de ampliar necessariamente o contato com perspectivas distintas, a abundância de canais permite que públicos engajados selecionem conteúdos mais compatíveis com suas predisposições. Essa lógica torna-se especialmente relevante em ambientes digitais, nos quais algoritmos, redes de afinidade e influenciadores contribuem para a formação de circuitos informacionais específicos.

2.1 Lulismo, bolsonarismo e ecossistemas digitais de pertencimento

A polarização digital brasileira precisa ser compreendida a partir da consolidação de campos políticos que ultrapassam a dimensão estritamente eleitoral. Lulismo e bolsonarismo não designam apenas preferências por lideranças presidenciais, mas formas de pertencimento que articulam voto, identidade, interpretação moral da política, confiança nas instituições e relação com os meios de comunicação. Em ambientes digitais, esses campos ganham densidade porque se organizam em comunidades de interação contínua, nas quais símbolos, narrativas, afetos e repertórios de oposição são constantemente atualizados.

O lulismo foi interpretado por Singer (2012) como um fenômeno de realinhamento político que combinou inclusão social, reformismo gradual e pacto conservador. Essa leitura permite compreender o lulismo como forma de identificação política enraizada em experiências sociais, expectativas de mobilidade, políticas distributivas e reconhecimento simbólico de segmentos historicamente vulnerabilizados. Embora esteja associado à liderança de Luiz Inácio Lula da Silva, sua força política não se limita à personalização.

Samuels e Zucco Junior (2018) contribuem para compreender a persistência de vínculos partidários e antipartidários no Brasil. Ao analisarem partidarismo, antipartidarismo e comportamento eleitoral, os autores indicam que preferências políticas podem se estabilizar não apenas por adesão positiva a partidos, mas também por rejeição a determinados campos. Essa abordagem é importante porque ajuda a entender como o Partido dos Trabalhadores e sua oposição se tornaram eixos organizadores da competição política nacional.

O bolsonarismo, por sua vez, precisa ser analisado como fenômeno político, comunicacional e identitário. Messenberg (2017) identifica a emergência de uma direita brasileira mais explícita, organizada em torno de repertórios como antipetismo, defesa da ordem, liberalismo econômico seletivo, conservadorismo moral e crítica às instituições tradicionais de mediação. Essa reorganização antecede e ajuda a explicar a ascensão do bolsonarismo.

Cesarino (2022) aprofunda essa interpretação ao analisar a relação entre bolsonarismo, verdade e política digital. Para a autora, o ambiente das plataformas favorece formas de comunicação que operam por inversões, antagonismos, suspeição

generalizada e produção de comunidades de crença. O bolsonarismo, nesse sentido, não se organiza apenas em torno de uma liderança, mas também de uma ecologia comunicacional na qual mensagens, vídeos, grupos, memes e influenciadores reforçam vínculos de pertencimento.

Avritzer (2019) e Nobre (2022) situam esse processo em um quadro mais amplo de crise democrática, erosão de consensos institucionais e reorganização dos conflitos políticos desde 2013. A disputa online entre campos políticos não surge de forma isolada, pois se alimenta de conflitos acumulados, frustrações sociais, crises institucionais e mudanças na mediação pública.

2.2 Polarização afetiva e fronteiras identitárias

A polarização afetiva tornou-se uma das principais chaves analíticas para compreender a transformação dos conflitos políticos contemporâneos. Diferentemente da polarização ideológica, que se refere à distância entre posições programáticas, valores ou preferências sobre políticas públicas, a polarização afetiva diz respeito à forma como os grupos políticos se percebem emocional e moralmente. Ela envolve simpatia pelo próprio campo, rejeição ao campo adversário, desconfiança intergrupar e tendência a interpretar o outro lado como ameaça política, cultural ou institucional (Iyengar; Westwood, 2015; Iyengar *et al.*, 2019).

Essa distinção é fundamental porque democracias podem conviver com divergência ideológica intensa sem necessariamente converter adversários em inimigos. O conflito programático faz parte da vida democrática, pois permite representação de interesses, alternância de poder e debate público sobre projetos distintos de sociedade. O problema se agrava quando a divergência deixa de ser interpretada como disputa legítima e passa a ser vivida como separação moral entre grupos (Mason, 2018).

No caso brasileiro, a polarização afetiva precisa ser analisada com atenção à especificidade do conflito entre lulismo e bolsonarismo. Esses campos não representam apenas alternativas eleitorais, mas repertórios simbólicos que organizam interpretações opostas sobre democracia, corrupção, imprensa, Estado, direitos sociais, religião, costumes e legitimidade das instituições. A disputa entre esses polos frequentemente assume linguagem moralizada, reforçando fronteiras identitárias e dificultando a mediação institucional do conflito (Avritzer, 2019; Cesarino, 2022; Nobre, 2022).

É necessário, entretanto, distinguir entre inferência teórica e mensuração empírica. O Banco Midiapolis 2025 permite observar com nitidez a coerência entre pertencimento digital, autoidentificação ideológica e voto declarado, mas não contém medidas diretas de polarização afetiva, como termômetros de simpatia, escalas de antipatia, medidas de distância social ou perguntas sobre confiança no eleitor adversário. Portanto, o artigo não afirma medir diretamente rejeição ao adversário. O que se examina são padrões compatíveis com fronteiras políticas nítidas, como a baixa presença do centro, a ausência de sobreposição ideológica entre campos e a congruência entre grupo, ideologia e voto (Iyengar; Westwood, 2015; Iyengar *et al.*, 2019).

3 METODOLOGIA

Este artigo utiliza dados do Banco Midiapolis 2025, produzido no âmbito do Projeto Midiapolis, com o objetivo de analisar a relação entre identidade política, comportamento eleitoral e polarização digital entre usuários brasileiros inseridos em ambientes online politicamente engajados. A pesquisa adota abordagem quantitativa, descritiva e exploratória, baseada em survey. Esse desenho é adequado para examinar padrões de autoidentificação, posicionamento ideológico e voto declarado em segmentos específicos da população, desde que seus limites de inferência sejam explicitados com rigor (Babbie, 2011).

A amostra é composta por respondentes vinculados a ambientes digitais associados aos dois principais polos da política brasileira recente: lulismo e bolsonarismo. Esses ambientes são tratados como ecossistemas digitais de pertencimento político, nos quais a participação não se limita ao consumo de informação, mas envolve interação, reconhecimento coletivo, circulação de símbolos e reafirmação identitária. A análise parte da hipótese de que esses espaços permitem observar formas mais densas de alinhamento entre campo político, autoidentificação ideológica e comportamento eleitoral (Mason, 2018; Prior, 2013).

O estudo não tem como objetivo representar estatisticamente o conjunto da população brasileira. A amostra foi construída para comparar públicos politicamente engajados em ambientes digitais identificados com Lula e Bolsonaro. Portanto, os resultados devem ser interpretados como evidências relativas a ecossistemas digitais politizados, e não como estimativas populacionais nacionais. Essa delimitação é

fundamental para evitar extrapolações indevidas e preservar a coerência entre desenho empírico, problema de pesquisa e alcance analítico (Babbie, 2011).

A variável principal de segmentação é o campo político, organizado em dois grupos: lulistas e bolsonaristas. A segunda variável central é a autoidentificação ideológica, classificada nas categorias esquerda, centro-esquerda, centro, centro-direita e direita. Para parte da análise, as categorias foram agregadas em três blocos: esquerda ampliada, composta por esquerda e centro-esquerda; centro; e direita ampliada, composta por centro-direita e direita. A terceira variável é o voto declarado em 2022, identificado como voto em Lula ou em Bolsonaro.

Além dessas variáveis diretamente observáveis, o artigo constrói indicadores indiretos de coesão identitária: proporção de respondentes situados no polo ideológico ampliado correspondente ao seu campo político; proporção de respondentes situados na posição extrema do polo; proporção de respondentes no centro; e congruência entre campo digital, autoidentificação ideológica e voto declarado. Esses indicadores não medem intensidade subjetiva da identidade política, mas permitem observar o grau de alinhamento entre dimensões políticas distintas.

Tabela 1. Variáveis e indicadores utilizados na análise.

| Dimensão analítica | Variável ou indicador | Categorias principais | Função na análise |
|------------------------------|------------------------------|--|---|
| Campo político | Pertencimento digital | Lulistas; bolsonaristas | Comparar dois ecossistemas digitais politicamente identificados |
| Autoidentificação ideológica | Posição política | Esquerda; centro-esquerda; centro; centro-direita; direita | Medir o autoposicionamento ideológico |
| Posição agregada | Recodificação ideológica | Esquerda ampliada; centro; direita ampliada | Avaliar ocupação dos polos e posições intermediárias |
| Comportamento eleitoral | Voto em 2022 | Lula; Bolsonaro | Verificar congruência entre voto e campo político |
| Coesão identitária | Indicadores indiretos | Polo ampliado; extremo; centro; voto congruente | Observar alinhamento entre dimensões políticas |
| Polarização afetiva | Limite metodológico | Sem medida direta | Evitar inferência indevida sobre rejeição emocional ao adversário |

Fonte: elaboração com base no Banco Midiapolis 2025.

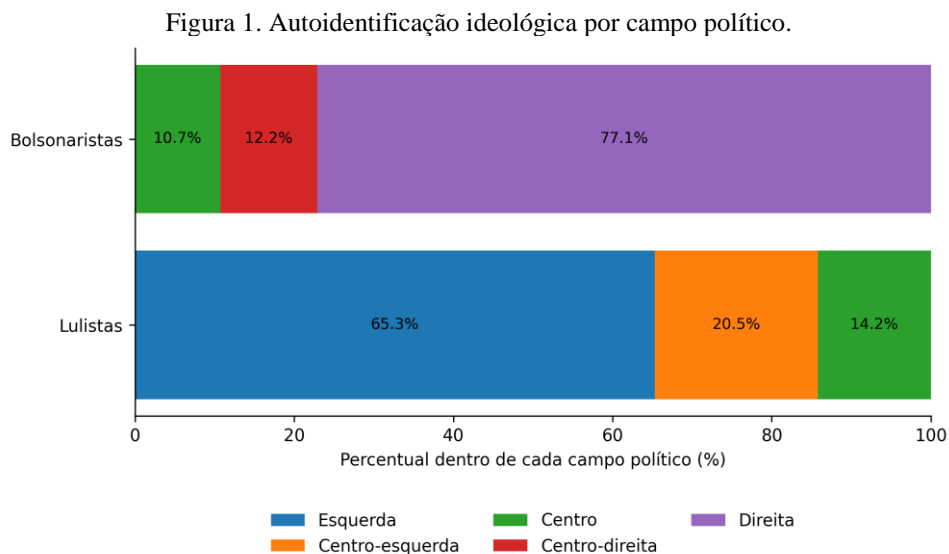
A estratégia analítica combina estatística descritiva, cruzamentos bivariados e visualizações comparativas. Inicialmente, examina-se a distribuição da autoidentificação ideológica por campo político. Em seguida, a análise apresenta a posição ideológica

agregada, a distância média entre os grupos em escala numérica de 1 a 5, a congruência entre voto e campo político e os indicadores indiretos de coesão identitária. Na etapa final, discutem-se os indícios exploratórios de fronteiras identitárias, sempre reconhecendo que eles não substituem medidas diretas de polarização afetiva (Babbie, 2011; Iyengar *et al.*, 2019).

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A distribuição da autoidentificação ideológica revela forte coerência entre campo político e posicionamento no espectro esquerda-direita. Entre os lulistas, 65,3% se identificam como de esquerda, 20,5% como de centro-esquerda e 14,2% como de centro. Não há respondentes lulistas que se declarem de centro-direita ou de direita. Entre os bolsonaristas, o padrão é inverso: 77,1% se identificam como de direita, 12,2% como de centro-direita e 10,7% como de centro. Não há respondentes bolsonaristas que se declarem de esquerda ou centro-esquerda.

Esse resultado indica que os ambientes digitais analisados reúnem públicos com elevado alinhamento ideológico. O campo lulista concentra-se nas posições de esquerda e centro-esquerda, enquanto o campo bolsonarista concentra-se nas posições de direita e centro-direita. A ausência de cruzamento entre os polos é relevante: no universo analisado, os campos não apenas votam de forma distinta, mas também se reconhecem ideologicamente em posições opostas. Esse padrão dialoga com Mason (2018) e Iyengar *et al.* (2019), para quem identidades políticas densas organizam pertencimentos e fronteiras simbólicas.

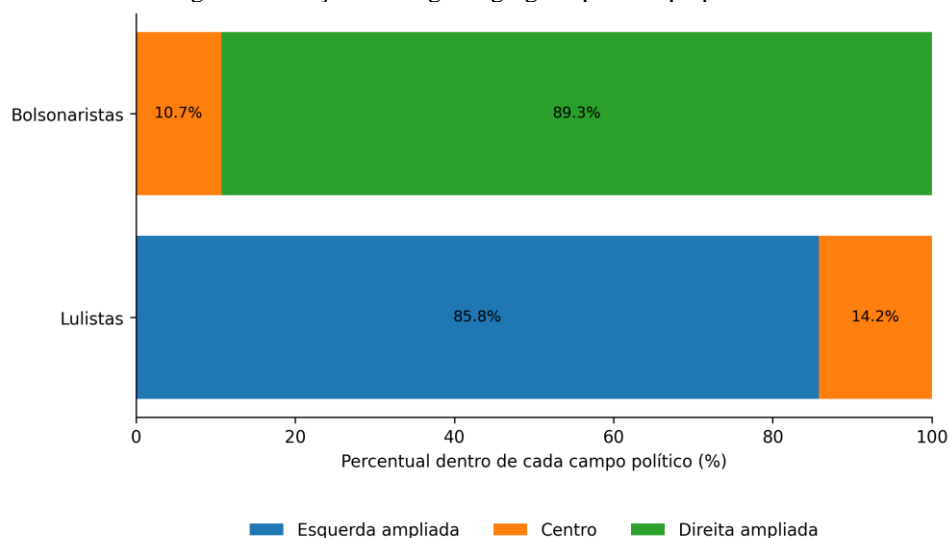


4.1 Posição ideológica agregada e distância entre campos

Quando as categorias são agregadas em esquerda ampliada, centro e direita ampliada, a separação entre os campos torna-se ainda mais evidente. Entre os lulistas, 85,8% situam-se na esquerda ampliada, enquanto 14,2% aparecem no centro. Entre os bolsonaristas, 89,3% situam-se na direita ampliada, enquanto 10,7% aparecem no centro. A presença do centro é minoritária nos dois campos, sugerindo que os ambientes digitais politicamente engajados analisados tendem a reunir públicos com identidade mais definida.

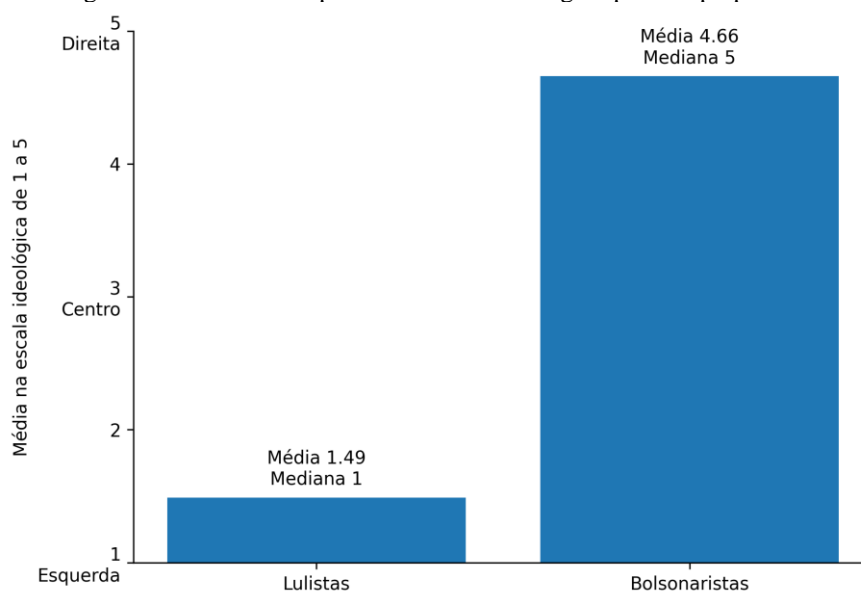
A codificação da escala ideológica em valores de 1 a 5, na qual 1 corresponde à esquerda e 5 à direita, permite visualizar a distância média entre os campos. O grupo lulista apresenta média de 1,49 e mediana 1. O grupo bolsonarista apresenta média de 4,66 e mediana 5. A diferença entre as médias confirma forte separação ideológica. Em termos sartorianos, a distância entre polos importa porque afeta a dinâmica do conflito político, a competição simbólica e a possibilidade de mediação entre posições distintas (Sartori, 1982).

Figura 2. Posição ideológica agregada por campo político.



Fonte: Banco Midiapolis 2025.

Figura 3. Média do autoposicionamento ideológico por campo político.



Fonte: Banco Midiapolis 2025.

4.2 Voto em 2022 e congruência eleitoral

A variável voto em 2022 apresenta alinhamento completo com os campos políticos analisados. Entre os respondentes lulistas, 100,0% declaram ter votado em Lula. Entre os bolsonaristas, 100,0% afirmam ter votado em Bolsonaro. Esse resultado decorre do desenho da amostra, construída para comparar públicos politicamente identificados. Ainda assim, o dado é analiticamente relevante porque confirma a congruência entre pertencimento digital e comportamento eleitoral.

O voto em 2022, nesse contexto, funciona como sinal de pertencimento político consolidado. Os respondentes não apenas participam de ambientes digitais associados a Lula ou Bolsonaro, mas também declaram voto coerente com esses ambientes. A congruência eleitoral reforça a interpretação de que os campos analisados possuem forte coesão política, aproximando-se da leitura de Iyengar e Westwood (2015), segundo a qual identidades políticas podem funcionar como marcadores sociais capazes de organizar atitudes e julgamentos.

Tabela 2. Voto em 2022 por campo político.

| Voto em 2022 | Lulistas | Bolsonaristas |
|---------------------|-----------------|----------------------|
| Lula | 100,0% | 0,0% |
| Bolsonaro | 0,0% | 100,0% |

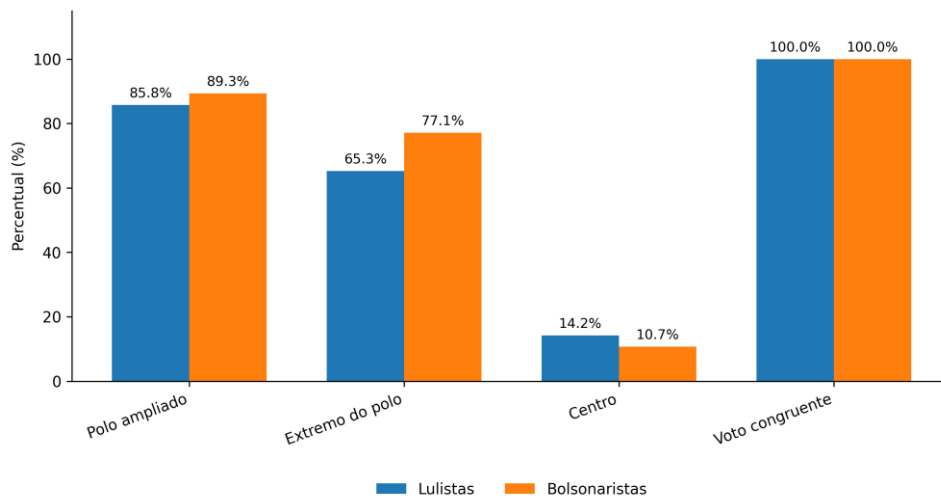
Fonte: Banco MidiaPolis 2025.

4.3 Indicadores indiretos de coesão identitária

A análise combinada de ideologia, posição agregada e voto permite construir indicadores indiretos de coesão identitária. Entre os lulistas, 85,8% situam-se no polo ampliado correspondente, 65,3% ocupam a posição extrema do polo, 14,2% aparecem no centro e 100,0% apresentam voto congruente com o campo. Entre os bolsonaristas, 89,3% situam-se no polo ampliado correspondente, 77,1% ocupam a posição extrema do polo, 10,7% aparecem no centro e 100,0% apresentam voto congruente.

Os dois campos apresentam elevada coesão identitária. O bolsonarismo, contudo, aparece ligeiramente mais concentrado no extremo do polo, com 77,1% de respondentes declarados de direita, contra 65,3% de lulistas declarados de esquerda. Essa diferença não significa, por si só, maior intensidade subjetiva de identificação política, pois o banco não possui escala direta de intensidade identitária. O dado indica apenas maior concentração declarada na categoria extrema do espectro ideológico, o que deve ser interpretado de modo descritivo (Babbie, 2011).

Figura 4. Indicadores indiretos de coesão identitária.



Fonte: Banco Midiapolis 2025.

4.4 Fronteiras identitárias e implicações para a polarização digital

Os resultados oferecem indícios de fronteiras identitárias nítidas entre os campos. A primeira evidência é a ausência de sobreposição ideológica: não há lulistas situados à direita, nem bolsonaristas situados à esquerda. A segunda é a forte concentração nos polos ampliados. A terceira é a congruência integral entre voto e campo político. A quarta é a baixa presença de posições centristas. Esses indícios são compatíveis com um contexto de polarização identitária, mas não equivalem à mensuração direta de polarização afetiva, pois o banco não contém termômetros de simpatia ou antipatia nem perguntas sobre rejeição ao adversário (Iyengar; Westwood, 2015; Iyengar *et al.*, 2019).

A principal contribuição empírica está em demonstrar que a polarização digital observada no Banco Midiapolis 2025 possui uma base identitária estruturada. Os respondentes analisados não se diferenciam apenas por voto, mas também por autoidentificação ideológica e pertencimento a ambientes digitais politicamente definidos. Essa combinação sustenta a interpretação de que a polarização digital brasileira envolve a articulação entre comportamento eleitoral, identidade ideológica e sociabilidade online.

Quadro 1. Índícios indiretos de fronteiras identitárias.

| Evidência empírica | Interpretação possível | Limite interpretativo |
|--|--------------------------------------|---|
| Ausência de cruzamento ideológico entre os polos | Indica separação nítida entre campos | Não mede hostilidade afetiva |
| Forte concentração nos polos ampliados | Sugere coesão ideológica | Não mede intensidade subjetiva |
| Voto integralmente congruente com o campo | Reforça alinhamento eleitoral | Reflete o desenho da amostra |
| Baixa presença do centro | Indica menor ambiguidade posicional | Não representa o eleitorado nacional |
| Participação em ambientes digitais identificados | Sugere pertencimento comunicacional | Não mede diretamente rejeição ao adversário |

Fonte: elaboração com base no Banco Midiapolis 2025.

A relação entre identidade política e ambientes digitais também precisa ser destacada. Os dados mostram que os grupos online pesquisados não são espaços neutros de circulação de informação, mas ambientes de pertencimento político. Neles, a identificação ideológica, o voto e a sociabilidade comunicacional se reforçam. Prior (2013) argumenta que a ampliação das opções midiáticas pode favorecer a segmentação informacional, especialmente entre públicos politicamente interessados. No caso do Banco Midiapolis 2025, a segmentação aparece associada a campos políticos muito coesos, o que sugere que os ambientes digitais podem fortalecer circuitos de identidade e seleção informacional.

Essa dinâmica possui consequências para a interpretação dos demais comportamentos informacionais. Se lulistas e bolsonaristas já aparecem como coletividades ideologicamente separadas, diferenças posteriores em confiança na mídia, exposição a fake news, checagem de informações ou uso de plataformas não devem ser analisadas como fenômenos isolados. Elas precisam ser compreendidas a partir da identidade política que estrutura os públicos. A confiança em uma fonte, a rejeição a uma notícia ou a escolha de uma plataforma podem estar relacionadas à posição simbólica que esses elementos ocupam no conflito entre campos (Mason, 2018; Prior, 2013).

5 CONCLUSÃO

Este artigo analisou a relação entre identidade política e polarização digital no Brasil contemporâneo, com base no Banco Midiapolis 2025. O objetivo foi compreender como usuários inseridos em ambientes digitais politicamente engajados se posicionam ideologicamente, declaram seu voto e constroem pertencimentos em torno dos dois principais polos da política brasileira recente: lulismo e bolsonarismo. A análise mostrou

que esses campos não se diferenciam apenas por preferência eleitoral, mas por uma forte articulação entre voto, autoidentificação ideológica e pertencimento comunicacional. Esse padrão confirma a relevância de interpretar a polarização como fenômeno identitário, e não apenas como divergência programática ou informacional (Mason, 2018; Iyengar *et al.*, 2019).

Os resultados demonstram elevada coerência entre campo político e posição ideológica. Entre os lulistas, predominam respondentes identificados com a esquerda e a centro-esquerda; entre os bolsonaristas, predominam respondentes identificados com a direita e a centro-direita. A baixa presença do centro nos dois grupos indica que os ambientes digitais analisados são compostos majoritariamente por públicos com identidade política definida. Esse achado dialoga com Abramowitz e Webster (2016), para quem a polarização contemporânea está associada à redução de zonas intermediárias e ao fortalecimento de alinhamentos políticos mais consistentes.

O estudo também permite discutir a existência de fronteiras identitárias nítidas entre os campos. A ausência de lulistas situados à direita e de bolsonaristas situados à esquerda indica separação ideológica clara. Entretanto, essa evidência não deve ser confundida com mensuração direta de polarização afetiva. Como argumentam Iyengar e Westwood (2015) e Iyengar *et al.* (2019), a polarização afetiva envolve sentimentos de simpatia pelo próprio grupo e antipatia pelo adversário, exigindo instrumentos próprios de mensuração. O Banco Midiapolis 2025 permite identificar coesão ideológica e congruência eleitoral, mas não mede diretamente hostilidade afetiva.

No caso brasileiro, os achados reforçam a necessidade de compreender lulismo e bolsonarismo como campos políticos e comunicacionais. O lulismo, conforme Singer (2012), articula memória de inclusão social, reformismo gradual e identificação popular. O bolsonarismo, conforme Cesarino (2022), opera fortemente por meio de ecologias digitais de pertencimento, disputa da verdade e construção de comunidades políticas mediadas por plataformas. Assim, a polarização digital brasileira não pode ser explicada apenas pela oposição entre dois candidatos, pois envolve repertórios simbólicos, memórias políticas, valores morais, fontes informacionais e práticas cotidianas de sociabilidade online.

A pesquisa apresenta limitações importantes. A amostra não representa o conjunto da população brasileira, mas usuários politicamente engajados em ambientes digitais associados ao lulismo e ao bolsonarismo. Além disso, o banco não contém medidas

diretas de intensidade identitária, polarização afetiva ou rejeição ao adversário. Essas limitações não invalidam a análise, pois o objetivo foi observar padrões de coerência política em ecossistemas digitais polarizados. Pesquisas futuras podem incorporar escalas diretas de polarização afetiva, comparar públicos engajados com amostras mais amplas e articular identidade política com práticas informacionais, como confiança na mídia, exposição à desinformação e critérios de verificação (Babbie, 2011; Prior, 2013; Cesarino, 2022).

A análise permite concluir que a polarização digital no Brasil contemporâneo não é apenas uma disputa de opiniões, nem somente uma divergência eleitoral entre lulistas e bolsonaristas. Ela é um processo de construção identitária, no qual voto, ideologia e sociabilidade digital se reforçam mutuamente. A democracia pode conviver com identidades políticas fortes, desde que elas não eliminem o reconhecimento do adversário como legítimo e não destruam os critérios compartilhados de mediação pública. O desafio brasileiro está em compreender como identidades políticas densas, formadas em ambientes digitais altamente segmentados, podem coexistir com pluralismo, confiança institucional e disputa democrática regulada (Avritzer, 2019; Nobre, 2022; Mason, 2018).

REFERÊNCIAS

- ABRAMOWITZ, Alan I.; WEBSTER, Steven. The rise of negative partisanship and the nationalization of U.S. elections in the 21st century. **Electoral Studies**, v. 41, p. 12-22, 2016.
- AVRITZER, Leonardo. **O pêndulo da democracia**. São Paulo: Todavia, 2019.
- BABBIE, Earl. **Métodos de pesquisas de survey**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2011.
- CESARINO, Letícia. **O mundo do avesso: verdade e política na era digital**. São Paulo: Ubu Editora, 2022.
- IYENGAR, Shanto; WESTWOOD, Sean J. Fear and loathing across party lines: new evidence on group polarization. **American Journal of Political Science**, v. 59, n. 3, p. 690-707, 2015.
- IYENGAR, Shanto *et al.* The origins and consequences of affective polarization in the United States. **Annual Review of Political Science**, v. 22, p. 129-146, 2019.
- MASON, Lilliana. **Uncivil agreement: how politics became our identity**. Chicago: University of Chicago Press, 2018.

MESSENERG, Débora. A direita que saiu do armário: a cosmovisão dos formadores de opinião dos manifestantes de direita brasileiros. **Sociedade e Estado**, Brasília, v. 32, n. 3, p. 621-647, set./dez. 2017.

NOBRE, Marcos. **Limites da democracia**: de junho de 2013 ao governo Bolsonaro. São Paulo: Todavia, 2022.

PRIOR, Markus. Media and political polarization. **Annual Review of Political Science**, v. 16, p. 101-127, 2013.

SAMUELS, David; ZUCCO JUNIOR, Cesar. **Partisans, antipartisans, and nonpartisans**: voting behavior in Brazil. Cambridge: Cambridge University Press, 2018.

SARTORI, Giovanni. **Partidos e sistemas partidários**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1982.

SINGER, André. **Os sentidos do lulismo**: reforma gradual e pacto conservador. São Paulo: Companhia das Letras, 2012.