

# DISCURSOS POPULISTAS: DO CHOQUE À ROTINA

PATOLOGIAS E DISFUNÇÕES DA DEMOCRACIA  
EM CONTEXTO MEDIÁTICO – VOL. 1

JOÃO CARLOS CORREIA

BRANCO DI FÁTIMA

DANIELLY BEZERRA

INÊS SALVADOR

[EDTS]



**LABCOM**  
LABORATÓRIO DE  
COMUNICAÇÃO







# DISCURSOS POPULISTAS: DO CHOQUE À ROTINA

PATOLOGIAS E DISFUNÇÕES DA DEMOCRACIA  
EM CONTEXTO MEDIÁTICO – VOL. 1

JOÃO CARLOS CORREIA  
BRANCO DI FÁTIMA  
DANIELLY BEZERRA  
INÊS SALVADOR  
[EDTS]

**LABCOM**  
LABORATÓRIO DE  
COMUNICAÇÃO

## Ficha Técnica

### Título

Discursos populistas: do choque à rotina. Patologias e disfunções da democracia em contexto mediático, Vol 1

### Editores

João Carlos Correia, Branco Di Fátima, Danielly Bezerra e Inês Salvador

### Editora Labcom

[www.labcom.ubi.pt](http://www.labcom.ubi.pt)

### Coleção

Livros de Comunicação

### Direção

Gisela Gonçalves

### Design Gráfico

Cristina Lopes

### ISBN

978-989-9229-53-2 (papel)

978-989-9229-54-9 (pdf)

### Dep. Legal

557507/25

### Tiragem

Print-on-demand

Universidade da Beira Interior  
Rua Marquês D'Ávila e Bolama  
6201-001 Covilhã  
Portugal  
[www.ubi.pt](http://www.ubi.pt)

### Covilhã, 2025

© 2025, João Carlos Correia, Branco Di Fátima, Danielly Bezerra, e Inês Salvador.

© 2025, Universidade da Beira Interior.

*O conteúdo desta obra está protegido por Lei. Qualquer forma de reprodução, distribuição, comunicação pública ou transformação da totalidade ou de parte desta obra carece de expressa autorização do editor e dos seus autores. Os artigos, bem como a autorização de publicação das imagens, são da exclusiva responsabilidade dos autores.*



## Índice

Prefácio	9
SECÇÃO I - DEMOCRACIA E POPULISMO	15
Populismos, representações e paixões na democracia: Contributo a uma reflexão	17
Eduardo Paz Barroso	
Armadilhar ideias: O poder do discurso populista e as patologias da democracia	37
Herlander Elias	
O populismo: Entre a panaceia e a pandemia	59
Bruno Serra	
Polarização afetiva e redes sociais: Desafios para as sociedades abertas na era do populismo	79
Gil Baptista Ferreira	
O populismo de direita e a participação política em sociedades democráticas	101
Maria Costa	
SECÇÃO II - DESAFIOS DO JORNALISMO CONTEMPORÂNEO FACE AO POPULISMO	117
Patologias nas condições de produção do jornalismo da televisão pública brasileira	119
Acsa da Silva e Heitor Rocha	
Análise dos comentários de assinantes direcionados ao jornal Folha de São Paulo a partir da publicação do artigo "Aceitem a democracia" de Jair Bolsonaro	137
Rodrigo de Castro Resende	
Jornalismo investigativo e suas possibilidades: A cobertura da imigração no Brasil como ameaça ao debate democrático	153
Verônica Rufino de Sousa e Heitor Rocha	

O 'midialivrisimo' de direita no Brasil no contexto do extremismo político on-line	171
Mauro Souza Ventura	
Jornalismo e democracia em crise: Desafios e barreiras na formação da opinião pública qualificada	191
Juliana Lapenda e Heitor Rocha	
Democracia algorítmica ou manipulação silenciosa?	213
Fátima Santos e Bárbara Biolchi	
SECÇÃO III - PLATAFORMAS DIGITAIS E DISCURSOS POPULISTAS	231
O impacto da Inteligência Artificial Generativa na comunicação política	233
Samuel Mateus	
Discursos de ódio e contranarrativas em redes sociais: Uma análise dos comentários a conteúdos jornalísticos no Público Brasil	249
João Lima e Branco Di Fátima	
Democracia nas redes: A comunicação pública dialógica como ferramenta para o combate a desinformação em desertos de notícias	265
Mateus Noronha	
Narrativas tóxicas contra telespectadores de telenovelas em Portugal	281
Inês Salvador e Branco Di Fátima	

# **POLARIZAÇÃO AFETIVA E REDES SOCIAIS: DESAFIOS PARA AS SOCIEDADES ABERTAS NA ERA DO POPULISMO**

Gil Baptista Ferreira<sup>1</sup>

## **Introdução: A Sociedade Aberta e os Desafios do Ecosistema Digital**

A sociedade aberta, tal como conceptualizada por Karl Popper, assenta na transparência, no pensamento crítico e na pluralidade de ideias. A liberdade de expressão e o debate racional são fundamentais para a deliberação democrática, permitindo a revisão crítica de ideias e evitando o autoritarismo e o dogmatismo. Como Popper afirma, “a sociedade aberta não pode florescer sem a liberdade de pensamento e sem a possibilidade de discutir livremente ideias opostas” (Popper, 1945, p. 165). Contudo, na era digital, este modelo enfrenta desafios estruturais. A circulação da informação, anteriormente mediada por instituições jornalísticas, passou a ser determinada por plataformas digitais cuja lógica algorítmica privilegia o engajamento emocional e a segmentação do público (Allcott et al., 2019). Esse novo ecossistema mediático afeta o debate público, favorecendo a polarização afetiva e a desconfiança institucional (Levy, 2021).

1. Doutor em Ciências da Comunicação e Professor Coordenador Principal no Instituto Politécnico de Coimbra. É investigador no LabCom, no grupo Comunicação e Media, e os seus interesses centram-se no estudo da relação entre os novos media e a vida social. Autor, entre outros, dos livros *Novos Media e Vida Cívica* (2013) e *Sociologia dos Novos Media* (2018). Email: gbatista@esec.pt

Ao longo da história, a sociedade aberta foi moldada pelo contexto mediático em que se inseria. No pós-guerra, a expansão da imprensa livre e do debate público pluralista consolidou democracias baseadas na deliberação racional. Posteriormente, a televisão e os media de massas trouxeram novas dinâmicas: permitiram uma comunicação política mais ampla, mas também mais simplificada, onde o entretenimento se sobrepôs à análise aprofundada (Postman, 1985). Ainda assim, os meios tradicionais operavam sob princípios editoriais que asseguravam um certo grau de escrutínio da informação. Com o advento da era digital, a produção e disseminação de conteúdos tornaram-se descentralizadas, permitindo que qualquer indivíduo alcance audiências massivas sem filtros editoriais eficazes (Kubin & von Sikorski, 2021). O resultado é um espaço público fragmentado, no qual o critério predominante para a visibilidade da informação não é a sua veracidade, mas sim o seu potencial de envolvimento emocional. A lógica algorítmica das redes sociais favorece conteúdos polarizadores, reforçando crenças preexistentes e dificultando o debate informado e plural (Cinelli et al., 2021).

A polarização afetiva, entendida como o fortalecimento de identidades políticas em oposição a grupos ideologicamente distintos, tem vindo a crescer em várias democracias (Iyengar et al., 2012). Este fenómeno não apenas acentua divisões partidárias, mas também reduz a disposição dos cidadãos para interagir com visões opostas e aceitar a legitimidade de adversários políticos. Em alguns contextos, como nos Estados Unidos, a polarização afetiva tem-se traduzido numa crescente animosidade entre eleitores, associada à rejeição do diálogo e até à aceitação da violência política (Iyengar et al., 2024). Embora a sua manifestação varie entre países, a polarização afetiva tem sido particularmente intensa em sociedades onde o crescimento do populismo desafia as normas da deliberação democrática (Allcott et al., 2020).

Nos últimos anos, os partidos populistas de direita radical (PDR) assumiram um papel central nesse processo, explorando antagonismos sociais e promovendo discursos que opõem o “povo verdadeiro” às “elites corruptas” (Mudde & Kaltwasser, 2015). As redes sociais desempenham um papel

crucial nessa dinâmica, ao proporcionar canais diretos para a mobilização populista e ao facilitar a segmentação de audiências em bolhas ideológicas (Engesser et al., 2017). O espaço público digital tornou-se, assim, um ambiente propício à amplificação de discursos polarizadores, afetando diretamente a forma como os cidadãos percebem adversários políticos e participam no debate democrático.

Neste contexto, este estudo procura compreender de que forma as redes sociais e o crescimento do populismo influenciam a polarização afetiva entre os jovens eleitores portugueses. Ao explorar estas dinâmicas, pretende-se contribuir para o debate sobre os desafios que a sociedade aberta enfrenta na era digital, analisando, ao mesmo tempo, o impacto das novas formas de comunicação política e das lógicas algorítmicas que moldam o discurso público.

### **Revisão da literatura: Polarização afetiva e erosão do debate democrático**

A polarização afetiva pode ser considerada como uma das dimensões da polarização política, manifestando-se na forma como os indivíduos associam a sua identidade partidária a um sentimento emocional em relação aos outros grupos (Gidron et al., 2023). Neste contexto, não se trata apenas da discordância em relação a ideias políticas específicas, mas sim da criação de barreiras emocionais que reforçam um sentido de pertença a um grupo e de rejeição do outro. A dinâmica gerada por esse processo resulta na utilização de sinais sociais negativos para definir aqueles que são percebidos como adversários políticos, o que pode incluir fatores como gostos, preferências, sexualidade, religião e raça. Essa visão negativa dos “outros” contribui, simultaneamente, para reforçar a valorização positiva do grupo de pertença, criando um efeito de autoafirmação (Gidron et al., 2023).

Em estados avançados, a polarização afetiva manifesta-se na hostilidade ativa entre grupos políticos, traduzindo-se em animosidade e distanciamento social (Iyengar et al., 2012). Este fenómeno não só afeta a disposição para o diálogo democrático, como também reduz a capacidade da sociedade

de encontrar compromissos políticos e sociais. Como argumenta Popper (1945), uma sociedade aberta depende do escrutínio crítico, da pluralidade de ideias e da disposição para aceitar visões divergentes. No entanto, à medida que o partidarismo se funde com identidades sociais mais profundas, o espaço para o debate racional e construtivo diminui. Iyengar et al. (2024) destacam que esse fenómeno conduz a um enfraquecimento das relações interpessoais entre indivíduos com perspectivas políticas distintas, gerando uma fragmentação social mais acentuada. A emergência das redes sociais amplificou esta dinâmica, acelerando a polarização afetiva e transformando a forma como os indivíduos se relacionam com a política (Cinelli et al., 2021). Em particular, a lógica algorítmica das plataformas digitais tem um papel determinante na formação de bolhas informacionais e na segmentação do discurso público. Redes como Facebook e X (antigo Twitter) privilegiam conteúdos que maximizam o engajamento, enquanto YouTube e TikTok priorizam tempo de visualização, o que favorece a exposição repetida a narrativas homogéneas (Allcott et al., 2019). Esse processo reforça identidades de grupo e reduz a disposição para a consideração de perspectivas divergentes, criando um ambiente propício à retórica populista e ao reforço de preconceitos (Cinelli et al., 2021).

No contexto da Open Society 2.0, a transformação digital apresenta um paradoxo fundamental: ao mesmo tempo que democratiza o acesso à informação e a participação pública, também cria novos desafios para a deliberação democrática. A fragmentação do espaço público digital e a crescente polarização das interações online colocam em risco a própria noção de sociedade aberta defendida por Popper. Estudos recentes indicam que a polarização afetiva não se restringe à arena política, mas afeta o consumo de notícias, a confiança nas instituições e a perceção da realidade (Levy, 2021). Indivíduos altamente polarizados tendem a rejeitar fontes de informação associadas ao grupo adversário, independentemente da sua precisão factual, o que reforça vieses cognitivos e aprofunda a desconfiança institucional. A crescente segmentação do discurso público nas redes sociais desafia os princípios fundamentais da sociedade aberta, ao reduzir os espaços comuns de debate e

dificultar a construção de consensos sociais. Como argumenta Popper, a democracia requer um ambiente em que ideias concorrentes possam ser testadas e debatidas racionalmente. No entanto, no atual ecossistema digital, o aumento da polarização afetiva enfraquece esse princípio e mina a resiliência das instituições democráticas. Nesse sentido, compreender o impacto das redes sociais na polarização afetiva é essencial para repensar estratégias que preservem os valores democráticos e assegurem a continuidade de uma sociedade aberta na era digital.

### **Populismo digital e crise da verdade**

A reflexão sobre a sociedade aberta na era digital é essencial face ao crescimento do populismo digital e da crise da verdade. O conceito de sociedade aberta de Karl Popper promovia o debate crítico, mas enfrenta desafios num ambiente mediado por redes sociais, onde a disseminação de desinformação e a polarização são amplificadas por algoritmos que favorecem conteúdos emocionais e controversos.

A relação entre media e populismo não é nova. Os meios de comunicação de massa já proporcionavam canais diretos aos populistas, mas sob filtros jornalísticos que limitavam suas mensagens (Reese & Shoemaker, 2016). Com a Internet, esses filtros foram atenuados, favorecendo uma comunicação direta, conforme o modelo de “one-step flow of communication” (Bennett & Manheim, 2006). Assim, emergiu um populismo anti-media (Fawzi & Krämer, 2021), refletindo uma crescente desconfiança nos media tradicionais, vistos por muitos como aliados das elites (Stroud, 2008).

As redes sociais tornaram-se centrais na formação da opinião pública, permitindo que políticos e cidadãos disseminem ideias sem as limitações da mediação profissional. Este fenómeno fortalece discursos polarizadores, em que o “cidadão comum” se opõe às elites ou a minorias culpabilizadas. Estudos mostram que tais narrativas afetam a percepção do sistema político (Hameleers & Schmuck, 2017) e reforçam hostilidades contra grupos sociais (Harteveld et al., 2022).

O populismo digital prospera onde a autoridade mediática é questionada e a desinformação se propaga com facilidade. A fragmentação da informação cria realidades paralelas, onde a verdade objetiva é substituída por narrativas enganosas (Guess et al., 2019). Exemplos recentes incluem teorias da conspiração sobre eleições manipuladas nos EUA e Brasil, resultando na invasão do Capitólio (2021) e nos ataques a instituições democráticas em Brasília (2023).

Em suma, o populismo digital desafia a sociedade aberta ao amplificar divisões e facilitar a desinformação. Este processo agrava a crise da verdade e fragiliza a democracia, exigindo estratégias para mitigar os seus impactos (Mendonça & Simões, 2023; Cinelli et al., 2021).

### **O paradoxo da participação digital**

A polarização afetiva tem sido amplificada pelo uso intensivo das redes sociais. Settle (2018) destaca que plataformas como o Facebook influenciam a identidade política ao permitir a transmissão de sinais sobre preferências individuais. Mesmo sem intenção explícita, a partilha de conteúdos facilita a inferência de posicionamentos políticos, reforçando identidades e segmentando os indivíduos em grupos.

Estudos demonstram que as redes sociais podem fomentar a polarização afetiva. Algoritmos de recomendação, como os do YouTube, promovem conteúdos que reforcem convicções (Cho et al., 2020), enquanto comentários hostis intensificam a polarização (Suhay et al., 2017). A desativação do Facebook revelou efeitos redutores neste fenómeno (Allcott et al., 2020). O design das plataformas e a personalização do conteúdo desempenham um papel central, favorecendo conteúdos emocionais e controversos (Fenoll et al., 2024). Redes sociais como Facebook e Twitter (agora X) amplificam o conflito através de interações breves e intensas, enquanto plataformas visuais como Instagram e TikTok, embora menos diretamente polarizadoras, criam bolhas de pensamento homogéneo.

O modelo de negócios das redes sociais, assente no “engajamento”, promove a segmentação ideológica e a formação de comunidades isoladas. Um estudo do Pew Research Center (2022) indica que 62% dos jovens entre 18 e 24 anos confiam mais nas redes sociais do que nos media tradicionais, tornando-se mais vulneráveis a manipulação e desinformação. O impacto destas plataformas na juventude exige uma análise crítica, uma vez que, apesar de facilitarem o acesso à informação e a mobilização política, também favorecem a radicalização e a manipulação cognitiva (Allcott et al., 2019). Neste contexto, é essencial refletir sobre os efeitos da polarização digital nos processos democráticos.

### **A direita radical populista e os inimigos da sociedade aberta**

A ascensão da direita radical populista reflete não só mudanças eleitorais, mas também um desafio profundo aos valores da democracia liberal. Esses movimentos operam dentro das normas democráticas enquanto contestam os seus princípios, explorando a polarização afetiva para corroer os alicerces da sociedade aberta de Karl Popper.

Embora aceitem formalmente o Estado de Direito, partidos desta natureza promovem uma visão política baseada na oposição entre o “povo verdadeiro” e as “elites corruptas”, deslegitimando instituições e minorias em nome de uma vontade popular homogénea. Esta retórica excludente reforça uma conceção de democracia onde o debate é substituído pelo conflito identitário (Harteveld et al., 2022). Como destacam Gidron et al. (2023), a radicalização do debate político em torno de questões culturais torna o confronto político uma disputa existencial, em clara oposição ao pluralismo e à evolução contínua da sociedade aberta.

A polarização afetiva é central na estratégia destes partidos. Estudos demonstram que exploram emoções como medo e indignação para mobilizar apoio, rejeitando elites intelectuais e enfraquecendo o debate racional (Davis et al., 2024; Engesser et al., 2017). Em vez de incentivarem o pensamento crítico, fomentam uma visão dogmática e fechada, onde qualquer dissidência é deslegitimada.

Em Portugal, o Chega exemplifica este modelo, utilizando uma retórica nacionalista e anti-elitista que apresenta a diversidade como uma ameaça à coesão social. Comparações com partidos como o Rassemblement National e o Vox (Marchi & Zúquete, 2024) demonstram que tais movimentos desafiam o pluralismo e promovem uma identidade nacional monolítica, contrária aos princípios de uma sociedade aberta.

O crescimento destas forças não é apenas um sintoma de descontentamento, mas uma ameaça à democracia pluralista. O reforço da polarização, os discursos de ódio e a homogeneização identitária fragilizam o espaço público e fomentam a exclusão. Enfrentar esse desafio implica reafirmar os valores fundamentais da sociedade aberta: o pluralismo, a tolerância e um debate público baseado na argumentação racional.

### **Ideologia de género enquanto tema**

Tal como explicado acima, as dinâmicas populistas contemporâneas promovem uma distinção vincada entre os grupos de “pessoas normais” e a “elite corrupta”. No contexto da sociedade aberta, conforme delineada por Popper (1945), esta dicotomia representa um desafio fundamental: a tensão entre o pluralismo e as forças que procuram restringi-lo. Através dos media sociais, estas narrativas polarizadoras têm adquirido uma nova amplitude, facilitando a disseminação de discursos excludentes e a segmentação de audiências com base em afinidades ideológicas. Os alvos dessas dinâmicas incluem frequentemente grupos que simbolizam valores pluralistas e inclusivos, como ativistas de direitos humanos, minorias raciais, feministas e movimentos LGBTQI (Mudde & Kaltwasser, 2015). Estes são apresentados como ameaças a uma ordem social supostamente “natural”, sendo alvo de estratégias de comunicação que fomentam o medo e promovem a perceção de crise. Neste contexto, a sociedade aberta enfrenta desafios acrescidos devido à estrutura dos media sociais, que facilitam tanto o livre debate como a propagação de desinformação e discursos de polarização. O debate sobre questões de género ilustra esta tensão, pois a definição do género como construção

social versus biológica tornou-se um dos eixos de confronto entre visões progressistas e conservadoras. Os media sociais servem como espaço de disputa onde estas interpretações se reforçam, sendo utilizados tanto para promover a igualdade como para consolidar hierarquias tradicionais (Dietze & Roth, 2020). Como Popper alertou, a sobrevivência da sociedade aberta depende da capacidade de resistir a movimentos que visam reverter os avanços no reconhecimento da pluralidade e dos direitos individuais. Um dos temas centrais desta disputa é a noção de “ideologia de género”. Esta expressão tem sido instrumentalizada por movimentos conservadores para criticar e deslegitimar políticas de igualdade, os direitos LGBTQ+ e a diversidade sexual. Nos media sociais, esta retórica encontra terreno fértil para amplificação, recorrendo a estratégias de desinformar e mobilizar eleitores conservadores contra uma suposta “agenda” progressista. Ao enquadrar a crítica à “ideologia de género” como uma luta entre “verdadeiros patriotas” e elites liberais percebidas como decadentes, os movimentos populistas de direita procuram minar os pilares de uma sociedade aberta e plural (Dietze & Roth, 2020; Mudde & Kaltwasser, 2015). Estas dinâmicas refletem um desafio fundamental para a sociedade aberta na era digital: como equilibrar a liberdade de expressão e o debate público com a necessidade de conter a disseminação de discursos polarizadores que ameaçam a própria essência do pluralismo (Iyengar et al., 2012).

## **Hipóteses**

A partir da revisão da literatura desenvolvida nas páginas anteriores, é possível formular as seguintes hipóteses:

Hipótese 1: Os jovens que possuem sentimentos populistas apresentam maiores níveis de polarização nas interações em media sociais. Esta hipótese está alinhada com o quadro da sociedade aberta porque reflete como o populismo pode fomentar a polarização e restringir o debate racional, criando bolhas ideológicas que dificultam o pluralismo.

Hipótese 2: Os jovens que apoiam causas defendidas por partidos populistas de direita apresentam maiores níveis de polarização afetiva. Esta hipótese está relacionada com o desafio da sociedade aberta em manter um espaço de debate equilibrado, pois a polarização afetiva pode levar à intolerância e à percepção de adversários políticos como inimigos, ameaçando o princípio do pluralismo.

Hipótese 3: Os utilizadores da rede X apresentam níveis de polarização mais elevados em comparação com os utilizadores que privilegiam a rede Instagram. Esta hipótese destaca o papel das plataformas digitais na formação da opinião pública, sugerindo que certos ambientes digitais podem amplificar a polarização. Isto reforça o desafio para a sociedade aberta, pois se determinados media sociais favorecem a fragmentação do discurso, tornam-se obstáculos para um debate informado e diversificado.

## **Metodologia e dados recolhidos**

Este estudo exploratório utilizou uma amostra de conveniência, obtida por listas de emails e redes pessoais. Embora não seja representativa da população jovem em geral, permitiu captar atitudes e padrões de polarização afetiva no período imediato às eleições legislativas de 2024, momento de elevada saliência política.

Os critérios de inclusão exigiam que os participantes utilizassem pelo menos uma rede social e estivessem na faixa etária de primeiros eleitores. O questionário online decorreu entre 26 de fevereiro e 5 de março de 2024, resultando em 130 respostas válidas. A amostra revelou características relevantes, como elevada utilização de media e interesse por questões cívicas. A análise baseou-se em estatística descritiva, incluindo tabelas de contingência para variáveis qualitativas.

**Variáveis demográficas de controlo** - Foram incluídas duas variáveis demográficas de controlo, o género e a idade, também consideradas como intervenientes no processo de participação política. Em termos de

idade, todos os indivíduos se encontravam entre os 18 e os 21 anos de idade. Verificou-se que 43,1% dos inquiridos são do género masculino e 56,9% do género feminino.

**Atitude política** - Para avaliar a existência de sentimentos populistas, o questionário incluiu alguns instrumentos de medida de componentes centrais do populismo. Tomando como referência instrumentos consistentemente utilizados em estudos académicos sobre esta mesma matéria (Newman et al., 2019; Schulz et al., 2017), foram formuladas as questões seguintes: Q1: “Considero que a maioria dos responsáveis políticos não se preocupa com o que pensam pessoas como eu” e Q2: “Considero que as pessoas comuns deverão ser consultadas sempre que houver que tomar decisões importantes, designadamente através de referendos populares.” Ambas as medidas pretendiam captar as ideias centrais associadas ao ideário populista, designadamente as que refletem o antagonismo entre o povo e as elites, a insatisfação com a ação dessas mesmas elites, e a importância atribuída à perspectiva de soberania popular. Cada questão possuía uma escala de resposta composta por 5 pontos, os dois primeiros contrários às afirmações Q1 e Q2 (“discordo totalmente” e “discordo parcialmente”), um ponto central neutro (“nem concordo nem discordo”) e dois de concordância (“concordo parcialmente” e “concordo totalmente”). Seguindo a metodologia aplicada por estudos anteriores, estas duas questões foram combinadas numa única variável com duas categorias. Os indivíduos que responderam que concordavam que maioria dos responsáveis políticos não se preocupa com o que pensam as pessoas e que as pessoas comuns deverão ser consultadas sempre que houver que tomar decisões importantes, designadamente através de referendos populares, foram categorizadas como possuindo atitudes populistas; todas as restantes foram categorizadas como possuindo atitudes mainstream.

Os resultados obtidos mostram a distribuição seguinte: 52 indivíduos (40%) com atitudes populistas e 72 indivíduos (60%) com atitudes mainstream, com uma distribuição bastante semelhante em termos de género (Tabela 1).

**Tabela 1:** Dados de referência

		Gênero * Sentimentos			Total
		Sentimentos			
			Mainstream	Populista	
Gênero	Femin	Frequência	44	30	74
		% Gênero	59,5%	40,5%	100,0%
	Masc	Frequência	34	22	56
		% Gênero	60,7%	39,3%	100,0%
Total	Frequência	78	52	130	
	% Total	60,0%	40,0%	100,0%	

**Partido Populista de Direita Radical** - A partir da caracterização feita acima, no presente trabalho, considerámos como objeto de análise um dos temas de debate eleitoral mais salientes, fraturantes e polarizadores do partido Chega, que adotamos no presente estudo como representante da categoria de PDR: o argumento de que “*A ideologia de gênero está a matar as escolas e a pôr em risco as nossas crianças. Temos de travar isto!*”, proferido pelo líder do partido e ampliado a tema e *slogan* de campanha (Imagem 2). Foi solicitado aos respondentes que manifestassem o seu acordo com esta afirmação, integralmente transcrita, tendo as respostas sido agregadas em duas categorias, de adesão ou de não adesão à esta perspetiva.

Figura 1: Perfil de André Ventura em rede social



Os dados obtidos mostram que 56,2% dos respondentes recusam este argumento, o qual foi aceite por 43,8% dos indivíduos estudados. Se cruzarmos estes dados com os sentimentos associados ao populismo, referidos acima, verificamos que os respondentes que recusam a necessidade combater a ideologia de género possuem, na sua maioria, sentimentos mainstream (71,2% vs 28,8%); por sua vez, a maioria dos jovens que consideram necessário combater a ideologia de género são classificados como possuindo sentimentos populistas (54,4%) (ver tabela 2).

**Tabela 2:** Dados de referência

		ideologia de gênero * populismo		
		Sentimentos		Total
ideologia de gênero	Não	Mainstream	populista	
		Frequência	52	21
	%	71,2%	28,8%	100
	Sim	Frequência	26	31
%	45,6%	54,4%	100	

### Polarização Afetiva

Este estudo foca-se nas atitudes dos adolescentes face aos seus concidadãos, em vez de elites políticas ou grupos externos. Embora algumas investigações meçam sentimentos em relação a partidos ou líderes (Iyengar et al., 2012), interessa-nos aqui o distanciamento social entre indivíduos. A polarização afetiva pode dificultar o debate democrático ao associar identidade social a partidarismo (Iyengar et al., 2024; Turner-Zwinkels et al., 2023). Assim, analisamos se esses sentimentos hostis surgem já na adolescência.

Seguindo Oden & Porter (2023), medimos a polarização afetiva através da afirmação: “Acho que não há problema em ser amigo de pessoas com crenças políticas diferentes”, numa escala de 1 a 8. Os resultados foram agrupados em “não polarizado” (1 a 4), com 103 respondentes (79,2%), e “polarizado” (5 a 8), com 27 (20,8%).

Testámos a hipótese (H2) de que jovens que apoiam causas da direita populista radical (PDR) apresentam maior polarização. Os dados indicam que 24,6% dos que aderem à PDR são polarizados, contra 17,8% dos que não aderem, uma diferença de 27,64%, confirmando a H2.

**Tabela 3:** Dados de referência

		Ideologia de gênero * Polarização afetiva			
			Polarização afetiva		Total
			Não	Sim	
ideologia de gênero	Não	frequência	60	13	73
		%	82,2%	17,8%	100%
	Sim	frequência	43	14	57
		%	75,4%	24,6%	100%

Apreciando os dados recolhidos e tendo em consideração a Hipótese 1, que sugere que os níveis de polarização tendem a ser mais elevados nos jovens possuem sentimentos populistas, elaborou-se uma tabela de contingências (Tabela 4) para comparar a percentagem de indivíduos classificados como “polarizados”, nas categorias de “mainstream e “populistas”. Ora, enquanto na categoria dos indivíduos não polarizados a percentagem de populistas é de 37,9, na categoria de polarizados é de 48,1, ou seja, superior em 10,2 pontos percentuais, com uma diferença de grandeza de 26,91%. Estes dados permitem validar a Hipótese 1.

**Tabela 4:** Dados de referência

		Polarização afetiva * Sentimentos populistas			
			Sentimentos		Total
			mainstream	populista	
Polarização afetiva	Não	frequência	64	39	103
		%	62,1%	37,9%	100,0%
	Sim	Frequência	14	13	27
		%	51,9%	48,1%	100,0%

## Redes Sociais e Polarização Afetiva

As redes sociais influenciam a polarização afetiva de formas distintas, dependendo das características das plataformas e dos padrões de interação que promovem. O X (antigo Twitter) é associado a níveis elevados de polarização, pois a sua arquitetura algorítmica favorece conteúdos emocionais e polémicos, aumentando a probabilidade de confrontos diretos entre utilizadores (Kubin & von Sikorski, 2021). O modelo de interações curtas e públicas, aliado à amplificação de conteúdos através de gostos, partilhas e comentários, incentiva a formação de “comunidades epistémicas” fechadas, reforçando crenças sem exposição a perspetivas divergentes (Törnberg, 2022).

O Instagram, apesar de ser menos associado ao debate político explícito, também contribui para a polarização. A plataforma privilegia conteúdos visuais e promove um consumo passivo da informação, limitando a deliberação e o pensamento crítico (Matthes, 2022). Além disso, a personalização do feed pelo algoritmo favorece a formação de bolhas informativas, expondo os jovens repetidamente a perspetivas alinhadas às suas crenças (Cinelli et al., 2021).

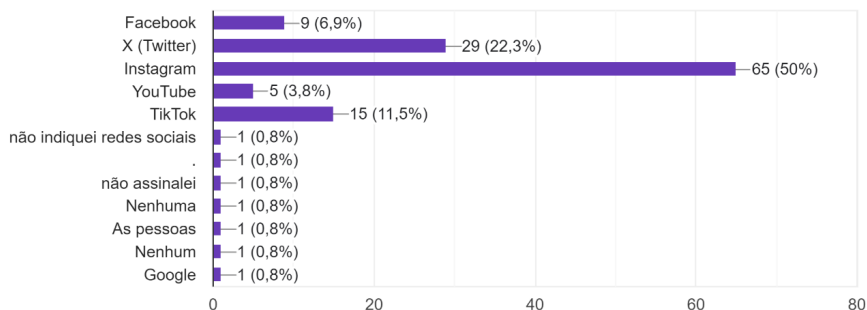
Enquanto o X gera uma “polarização manifesta”, caracterizada por interações adversariais e conflitos abertos entre grupos opostos (Iyengar et al., 2024), o Instagram fomenta uma “polarização latente”, na qual os utilizadores desenvolvem atitudes políticas mais extremadas sem expressar hostilidade direta (Guess et al., 2019). Assim, os efeitos destas plataformas na polarização política dos jovens exigem uma abordagem mais granular, que vá além da dicotomia entre polarizados e não polarizados.

Com base nestas considerações, foi formulada a hipótese (H3) de que os níveis de polarização afetiva tenderiam a ser superiores entre utilizadores do X em comparação com utilizadores do Instagram. Para testar esta hipótese, os respondentes indicaram a principal rede social utilizada para obter informação sobre as eleições, cujos resultados se encontram na Figura 2.

**Figura 2:** Dados de referência

Se indiquei "Redes sociais", qual destas foi a principal:

130 respostas



A número reduzido de utilizadores de algumas das redes sociais, como fonte de informação, não permite que sejam consideradas no presente estudo, pelo que iremos centrar a nossa análise nos níveis de polarização nas duas redes com um volume de respostas mais expressivo, as quais são, simultaneamente, o objeto de uma das hipóteses que formulámos acima, a H3: consideramos, assim, o Instagram e o X, plataformas escolhidas por 50% e 22,3% dos respondentes, respetivamente (Tabela 5). Assim, verificamos que os indivíduos que revelam escolher o Instagram encontram-se em linha com os valores globais de “polarização” (80%-20%). Contudo, ao verificarmos o valor de indivíduos “polarizados” no caso dos utilizadores preferenciais da rede X (72,4%-27,6%), verificamos que ele é superior - com uma diferença relativa de 38% face aos utilizadores do Instagram. Estes dados permitem validar a H3, na medida em que os níveis de polarização dos utilizadores da rede X são superiores aos níveis dos que privilegiam a rede Instagram.

**Tabela 5:** Dados de referência

		Polarização afetiva * “Rede social”							
		“Redes social”							
		Instagram	TikTok	X	Facebook	Youtube	Outro	Total	
Polarização afetiva	Não	freq.	52	13	21	5	5	6	102
		% PA	51,0%	12,7%	20,6%	4,9%	4,9%	5,9%	100,0%
		% RS	80,0%	86,7%	72,4%	55,6%	100,0%	100,0%	79,1%
	Sim	freq.	13	2	8	4	0	0	27
		% PA	48,1%	7,4%	29,6%	14,8%	0,0%	0,0%	100,0%
		% RS	20,0%	13,3%	27,6%	44,4%	0,0%	0,0%	20,9%

## Conclusão

A polarização afetiva, embora presente nas democracias ocidentais, manifesta-se de forma distinta consoante o contexto político e mediático. Em Portugal, o impacto das redes sociais na fragmentação do debate público reflete tendências globais (Cinelli et al., 2021), mas distingue-se pela recente ascensão da extrema-direita e pela menor influência dos media tradicionais na polarização ideológica. Estes fatores reforçam a necessidade de avaliar se esta tendência se aprofundará ou poderá ser mitigada através da educação para os media e da regulação digital (Engesser et al., 2017).

Este estudo contribui para o debate sobre os desafios da sociedade aberta, evidenciando como a estrutura informativa digital pode intensificar a desconfiança e a animosidade entre grupos políticos. A crescente aceitação de discursos polarizadores entre jovens eleitores, impulsionada por dinâmicas algorítmicas, sublinha a necessidade de investigações futuras sobre o impacto das redes sociais na radicalização política (Times, 2024; Hickman, 2025).

A democracia depende da crítica e do escrutínio institucional, mas a lógica algorítmica privilegia conteúdos polarizadores, enfraquecendo o pluralismo. Como defende Popper (1945), a sociedade aberta exige um compromisso com o pensamento reflexivo. Assim, a resiliência democrática requer esforços coordenados da sociedade civil, das instituições e das plataformas digitais, garantindo que o debate político não se reduza a um confronto identitário, mas a um processo de aperfeiçoamento democrático.

## Referências

- Allcott, H., Boxell, L., Conway, J., Gentzkow, M., Thaler, M., & Yang, D. (2020). Polarization and public health: Partisan differences in social distancing during the coronavirus pandemic. *Journal of Public Economics*, 191, 104254. <https://doi.org/10.1016/j.jpubeco.2020.104254>
- Allcott, H., Gentzkow, M., & Yu, C. (2019). Trends in the diffusion of misinformation on social media. *Research and Politics*, 6(2). <https://doi.org/10.1177/2053168019848554>
- Anderson, M., Faverio, M., & Park, E. (2024). How teens and parents approach screen time. Pew Research Center. <http://www.jstor.org/stable/resrep58219>
- Bennett, W. L., & Manheim, J. B. (2006). The one-step flow of communication. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 608(1), 213–232. <https://doi.org/10.1177/0002716206292266>
- Cho, J., Ahmed, S., Hilbert, M., Liu, B., & Luu, J. (2020). Do search algorithms endanger democracy? An experimental investigation of algorithm effects on political polarization. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 64(2), 150–172. <https://doi.org/10.1080/08838151.2020.1757365>
- Cinelli, M., De Francisci Morales, G., Galeazzi, A., Quattrociocchi, W., & Starnini, M. (2021). The echo chamber effect on social media. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118(9), e2023301118. <https://doi.org/10.1073/pnas.2023301118>

- Davis, B., Goodliffe, J., & Hawkins, K. (2024). The two-way effects of populism on affective polarization. *Comparative Political Studies*. <https://doi.org/10.1177/00104140241237453>
- Dietze, G., & Roth, J. (2020). Right-wing populism and gender: A preliminary cartography of an emergent field of research. In G. Dietze & J. Roth (Eds.), *Right-wing populism and gender* (pp. 7–22). transcript Verlag. <http://www.jstor.org/stable/j.ctv371cn93.3>
- Engesser, S., Fawzi, N., & Larsson, A. O. (2017). Populist online communication: Introduction to the special issue. *Information, Communication & Society*, 20(9), 1279–1292. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1328525>
- Fawzi, N., & Krämer, B. (2021). The media as part of a detached elite? Exploring anti-media populism among citizens and its relation to political populism. *International Journal of Communication*, 15. <http://ijoc.org>
- Fenoll, V., Gonçalves, I., & Bene, M. (2024). Divisive issues, polarization, and users' reactions on Facebook: Comparing campaigning in Latin America. *Politics and Governance*, 12. <https://doi.org/10.17645/pag.7957>
- Gidron, N., Adams, J., & Horne, W. (2023). Who dislikes whom? Affective polarization between pairs of parties in Western democracies. *British Journal of Political Science*, 53(3), 997–1015. <https://doi.org/10.1017/S0007123422000394>
- Guess, A., Nagler, J., & Tucker, J. (2019). Less than you think: Prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook. *Science Advances*, 5(1), eaau4586. <https://doi.org/10.1126/sciadv.aau4586>
- Hameleers, M., & Schmuck, D. (2017). It's us against them: A comparative experiment on the effects of populist messages communicated via social media. *Information, Communication & Society*, 20(9), 1425–1444. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1328523>

- Hartevelde, E., Mendoza, P., & Rooduijn, M. (2022). Affective polarization and the populist radical right: Creating the hating? *Government and Opposition*, 57(4), 703–727. <https://doi.org/10.1017/gov.2021.31>
- Iyengar, S., Lelkes, Y., Levendusky, M., Malhotra, N., & Westwood, S. J. (2024). The origins and consequences of affective polarization in the United States. *Annual Review of Political Science*, 27, 1–25. <https://doi.org/10.1146/annurev-polisci-051117>
- Iyengar, S., Sood, G., & Lelkes, Y. (2012). Affect, not ideology: A social identity perspective on polarization. *Public Opinion Quarterly*, 76(3), 405–431. <https://doi.org/10.1093/poq/nfs038>
- Krämer, B. (2014). Media populism: A conceptual clarification and some theses on its effects. *Communication Theory*, 24(1), 42–60. <https://doi.org/10.1111/comt.12029>
- Kubin, E., & von Sikorski, C. (2021). The role of (social) media in political polarization: A systematic review. *Annals of the International Communication Association*, 45(3), 188–206. <https://doi.org/10.1080/23808985.2021.1976070>
- Levy, R. (2021). Social media, news consumption, and polarization: Evidence from a field experiment. *American Economic Review*, 111(3), 831–870. <https://doi.org/10.1257/AER.20191777>
- Mendonça, R. F., & Simões, P. A. (2023). Os impactos democráticos na era digital: Desinformação, polarização e a relativização da verdade. *Revista de Ciências Sociais e Humanas*, 43(2), 1–20. <https://periodicos.ufsm.br/sociaisehumanas/article/view/84026>
- Mudde, C., & Kaltwasser, C. R. (2015). Voxpopuliorvoxmasculini? Populism and gender in Northern Europe and South America. *Patterns of Prejudice*, 49(1–2), 16–36. <https://doi.org/10.1080/0031322X.2015.1014197>
- Popper, K. (1945). *The open society and its enemies*. Routledge.
- Reese, S. D., & Shoemaker, P. J. (2016). A media sociology for the networked public sphere: The hierarchy of influences model. *Mass Communication and Society*, 19(4), 389–410. <https://doi.org/10.1080/15205436.2016.1174268>

- Settle, J. E. (2018). *Frenemies: How social media polarizes America*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108560573>
- Törnberg, P. (2022). Echo chambers and viral misinformation: Modeling fake news as complex contagion. *PLOS ONE*, 17(2), e0264433. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0264433>