

# Avaliatividade e política no Twitter: um estudo sistêmico-funcional de comentários no período eleitoral<sup>1</sup>

*Evaluativeness and politics on Twitter: a systemic-functional study of comments during the election period*

MARILIZ LEAL ETHUR

Discente do curso de Letras - Português e Literaturas (UFSM)  
E-mail: mari.ethur3@gmail.com

PEDRO HENRIQUE LENCINA PINHEIRO

Discente do curso de Licenciatura - Habilitação Português e Literaturas da Língua Portuguesa (UFSM)  
E-mail: lpinheiropedro@gmail.com

SARA REGINA SCOTTA CABRAL

Professora orientadora (UFSM)  
E-mail: sara.scotta.cabral@gmail.com

---

**Resumo:** O uso das redes sociais tem impactado as discussões sobre política, influenciando, inclusive, as eleições não somente no Brasil, mas em todo o mundo. O presente trabalho tem por objetivo analisar as avaliações (MARTIN; WHITE, 2005) realizadas em textos produzidos por internautas na rede social Twitter, por meio de comentários coletados de duas contas criadas para essa finalidade, uma em apoio a um candidato de direita à Presidência da República do Brasil no pleito de 2022 e outra em apoio a um candidato de esquerda. Com o aporte da Gramática Sistêmico-Funcional (HALLIDAY; MATTHIESSEN, 2004; 2014), o artigo examina os posicionamentos atitudinais (MARTIN; WHITE, 2005) configurados em linguagem verbal por usuários dos dois perfis. Foram organizados dois *corpora* distintos, os quais foram submetidos à ferramenta computacional *Voyant Tools*, que apontou avaliações principalmente de segurança positiva na conta a favor do candidato de esquerda e de propriedade negativa na conta relativa ao candidato de direita. Os resultados finais evidenciam que houve cruzamento de avaliações entre as duas contas, o que demonstra claramente o acirramento das discussões entre as duas vertentes opostas, fruto da polarização que se observou no período eleitoral de 2022 no Brasil.

**Palavras-chave:** Linguística Sistêmico-Funcional; avaliatividade; discurso político; mídias sociais; eleições presidenciais.

**Abstract:** The use of social media has impacted political discussions, influencing elections not only in Brazil but worldwide. This study aims to analyze evaluations (MARTIN; WHITE, 2005) performed in texts produced by internet users on the social network Twitter, through comments collected from two accounts created for this purpose, one supporting a right-wing candidate for the Presidency of Brazil in the 2022 election and another supporting a left-wing candidate. With

---

<sup>1</sup> Trabalho realizado com auxílio de bolsas do Programa PIBIC - CNPq. Edital IC UNIFICADO PRPGP/UFSM N. 016/2022.

the support of Systemic-Functional Grammar (HALLIDAY; MATTHIESSEN, 2004; 2014), the article examines attitudinal stances (MARTIN; WHITE, 2005) configured in verbal language by users of the two profiles. Two distinct corpora were organized and submitted to the computational tool Voyant Tools, which pointed out mainly positive security evaluations in the account supporting the left-wing candidate and negative ownership evaluations in the account related to the right-wing candidate. The final results show that there was a crossing of evaluations between the two accounts, clearly demonstrating the intensification of discussions between the two opposing sides, a result of the polarization observed during the 2022 presidential election period in Brazil.

**Keywords:** Systemic-Functional Linguistics; evaluativity; political discourse; social media; presidential elections.

---

## 1 INTRODUÇÃO

As redes sociais têm servido de veículo de comunicação cada vez mais frequente entre seus usuários. Grande parte dos candidatos a cargos eletivos, mesmo à presidência dos seus países, faz uso desse recurso para buscar maior aproximação com seus eleitores e, conseqüentemente, obter mais votos. A exemplo disso, citamos a proliferação do uso das redes sociais, especialmente do Twitter, durante a campanha de Donald Trump à presidência dos Estados Unidos da América em 2016. O Twitter, segundo Mendes e Mendonça (2020, p. 93), “auxiliou na construção das agendas, inclusive das mídias tradicionais, durante a corrida eleitoral”.

No Brasil, semelhante fenômeno ocorreu no período pré-eleitoral em 2018, o que levou à eleição de Jair Bolsonaro para a presidência do Brasil. A partir daí, as redes sociais serviram a um sem-número de propósitos, com discursos variados (e muitas vezes ofensivos) na seara política. Quatro anos após, no ano eleitoral de 2022, pudemos observar a polarização política e suas produções discursivas nas redes sociais, a exemplo do Twitter. Como microblog, ele pode constituir o que Lévy já denominava cibercultura (LÉVY, 1997).

Tendo em vista o exposto, este trabalho tem como objetivo realizar, a partir de postagens no Twitter em 2022 e 2023, um mapeamento das avaliações feitas em discursos a favor e contra os dois candidatos à presidência, Jair Bolsonaro, que tentava a reeleição, e Luíz Inácio da Silva, do partido de esquerda. Foram analisados comentários postados em duas contas, uma pró-Bolsonaro e outra pró-Lula, por eleitores dos principais candidatos à eleição presidencial no Brasil em 2022. Por meio de réplicas obtidas em ambos os perfis, apreciamos pontos importantes para o desenvolvimento da dissonância cognitiva abordada por Festinger (1975)<sup>2</sup> como opiniões, valores e crenças opostas que influenciam os posicionamentos dos usuários da internet.

Para o tratamento dos dados, buscamos as ocorrências léxico-gramaticais e semântico-discursivas presentes nas postagens e as examinamos sob a perspectiva da Linguística Sistêmico-Funcional (LSF), especialmente a do sistema de Avaliatividade

---

<sup>2</sup> Festinger (1919-1989), psicólogo americano, desenvolveu a Teoria da Dissonância Cognitiva referente a um mal-estar provocado por um conflito entre o que uma pessoa pensa, o que sente e o que faz.

(MARTIN; WHITE, 2005), no subsistema Atitude. Empregamos a ferramenta computacional destinada à Linguística de Corpus - Voyant Tools, o que nos garantiu a exatidão dos dados.

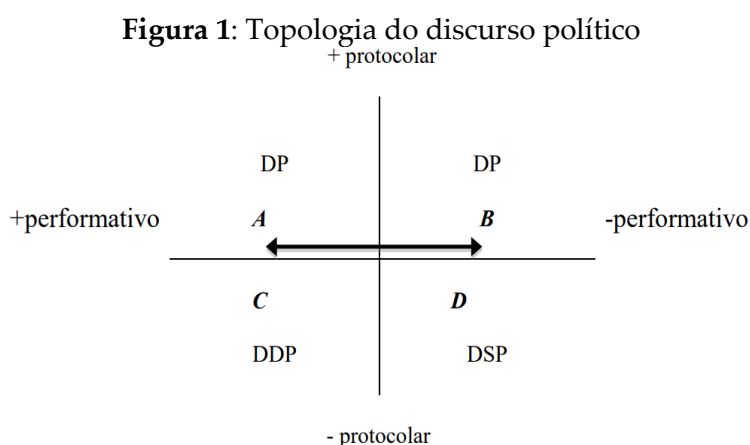
Assim, dividimos este artigo em quatro seções além desta introdução. Na seção a seguir, fazemos considerações sobre discurso político, mídias sociais e sistema de Avaliatividade. Prosseguindo, apresentamos, com mais detalhes, a metodologia empregada no percurso da pesquisa. Logo após, expomos os resultados obtidos na análise do *corpus*. Por fim, trazemos à luz nossas considerações finais.

## 2 REVISÃO DA LITERATURA

### 2.1 DISCURSO POLÍTICO, POLARIZAÇÃO E MÍDIAS SOCIAIS

A política como uma ciência autocrata, segundo Gasparetto (2013), estabelece diretrizes para o bem comum da nação. A postura de um partido é estabelecida por uma entidade em que grupos de pessoas possuem os mesmos pensamentos, crenças, princípios filosóficos e sociais. Dito isso, o partido político, pessoa jurídica de direito privado, destina-se a assegurar, no interesse do regime democrático, a autenticidade do sistema representativo e a defender os direitos fundamentais definidos na Constituição Federal (BRASIL, 1988). O discurso político, elaborado por meio da argumentação estrategicamente persuasiva, além de demandar ação, tem por finalidade expor perspectivas particulares sobre situações ou acontecimentos políticos e informar a população sobre fatos da seara política, desempenhando assim, o papel principal da retórica objetiva para a construção convincente de ideologias, valores e crenças.

Bochett *et al.* (2017), Corrêa (2019) e Freitas (2016), a partir de estudos realizados por Aristóteles (1354[2012]), Wodak (2009) e Bayley (2005), elaboraram uma topologia do discurso político, de modo a sistematizar as diversas realizações das práticas discursivas no campo da política bem como suas variações linguísticas (Figura 1).



Fonte: Bochett *et al.* (2017).

A topologia esquematizada é orientada por dois eixos: performatividade e protocolaridade. O primeiro eixo é orientado pelo nível de protocolaridade do discurso político, o qual está permanentemente inserido em um grau maior ou menor de rigidez

(BOCHETT *et al.*, 2017), associado ao sistema de governo em que o político está introduzido, com base no conjunto de formalidade imposto por uma sociedade, norma ou lei, que rege as ações do candidato. O segundo eixo, orientado pelo nível de performatividade do discurso político, está associado à prática de comunicação com a utilização de recursos emocionais, principal meio para atrair voto e confiança do eleitor.

O discurso político (**DP**), localizado no quadrante A, caracteriza-se por ser mais protocolar e mais performativo, movido pela constitucionalidade. O quadrante B, menos performativo, porém com alto e médio nível de protocolaridade, também constitui discurso político (**DP**), no qual se encontram os discursos produzidos no parlamento. No quadrante C, de baixa protocolaridade, porém produzido em esferas institucionais e de caráter performativo, encontra-se o discurso do político (**DDP**), produzido por coalizões políticas, decisões de alianças em questões sociopolíticas particulares e falas ao público eleitor (BOCHETT *et al.*, 2015). O discurso sobre política (**DSP**), no quadrante D, possui menos protocolaridade e menos performatividade, a exemplo dos textos sobre política nas mídias.

A topologia desenhada por Bochetti *et al.* (2017) permite-nos apontar alguns textos produzidos nesse campo: como DP do primeiro quadrante, temos as leis, os atos e as decisões constitucionais; como DP do segundo quadrante, encontramos os debates parlamentares com vistas à ação, propostas de reformas eleitorais, entre outros. Já em DDP, localizam-se os textos produzidos por candidatos com o fito de angariar votos para si ou confiabilidade para seu partido, como seminários, convenções do partido, e, em DSP, todos os textos produzidos pelas mídias e aqueles que circulam nas conversas particulares e familiares, a exemplo de artigos de jornal, entrevistas na mídia e blogs pessoais. A topologia de Bochetti *et al.* (2017) pode nos ajudar a entender que processos sociosemióticos (MATTHIESSEN, 2015; LI; LUI; FUNG, 2020) têm lugar no campo da política e a compreender as diversas formas de manifestação do fazer político.

Na história política mundial recente, a polarização é um fenômeno que vem intrigando pesquisadores e curiosos acerca do porquê de sua ocorrência. Iyengar, Sood e Lelkes (2012) apresentam dois conceitos de polarização política. O primeiro, denominado polarização ideológica, constitui-se da discordância de opiniões em vários temas no meio social; já o segundo, a polarização afetiva, ocorre quando há uma necessária identidade de grupo, o que acaba por fortalecer um senso de “nós contra eles” e pode ou não fomentar uma animosidade contra um grupo externo. Já para Andreassa (2020), o verdadeiro significado de polarização é a disputa entre dois grupos que se fecham em suas convicções e não estão dispostos ao diálogo. Assim, cada um acaba se encerrando e não há mudanças efetivas. Tal posicionamento afeta diretamente a consolidação do sistema democrático de um país, visto que, conforme salienta Moisés (1989), o político acaba atingindo a imagem dos partidos como instituições de intermediação entre as demandas da população e o Estado e o próprio sistema político.

Gonzaga (2022)<sup>3</sup> coaduna-se com o posicionamento de Moisés (1989), ao reforçar que as consequências da polarização política são danosas ao funcionamento da democracia em uma sociedade concentrada em dois lados radicalizados, em que

---

<sup>3</sup> Danilo Gonzaga é um dos assessores de comunicação do site da União Nacional dos Legisladores e Legislativos Estaduais (UNALE).

adversários são vistos como inimigos, o diálogo não é incentivado ou mesmo é condenado. O autor (2022) também afirma que, nos dias de hoje, são criadas as chamadas bolhas sociais, onde cada indivíduo acaba tendo contato apenas com opiniões, notícias, artigos, vídeos e imagens que reforçam suas crenças.

Observando os estudos acerca da polarização nos Estados Unidos da América (EUA), Ortellado, Ribeiro e Zeine (2022) detalham a evolução da pesquisa empírica sobre polarização, partindo de Hunter (1991), que utilizou vários dados para coletar informações acerca de opiniões e identidades, passando por Mason (2015), que demonstra a importância discursiva da hostilidade entre ideologias adversárias.

Com a veiculação dos discursos nas redes sociais e a maior utilização desses meios para o consumo de informações — como no Brasil, onde 98% das pessoas informam-se por esse recurso —, a polarização política ganhou força o suficiente para que notícias falsas, geralmente financiadas por grupos de extrema-direita, adquirissem poder para decidir eleições. A exemplo desse fenômeno, está a campanha massiva de desinformação que acabou privilegiando o candidato Trump na eleição de 2016, apoiada por uma ideia de “transgressão”, em que apoiar o candidato era algo rebelde.

No Brasil, nas eleições de 2018, ocorreu um evento semelhante ao ocorrido nos EUA, uma vez que o candidato da extrema-direita era também vinculado a uma ideia de “transgressão” pelas pautas que ele defendia; basicamente, a parcela da população brasileira que apoiou Bolsonaro via, nas políticas públicas de preservação ambiental e direitos humanos, algo que tolhia, de alguma forma, os seus direitos. Assim, com uma campanha muito mais online, utilizando memes e notícias de fontes nem sempre confiáveis, o pleito foi ganho por Jair Messias Bolsonaro. Podemos pensar que, graças à transformação de ideias em produtos que as redes sociais promovem (BALIEIRO; MARZOCHI, 2021), a origem da polarização tem raízes ligadas no “eu”, e, assim, uma ideia acaba por se tornar não uma forma de observar o mundo ou solucionar um problema, mas sim parte da personalidade do ser.

Um dos principais fatores que têm movimentado os períodos eleitorais, principalmente no Brasil, são as mídias sociais como as grandes vertentes dentro do sistema da internet. De acordo com Miranda (2010), as mídias sociais são sites construídos para permitir a criação colaborativa de conteúdo, a interação social e o compartilhamento de informações de diversos formatos. Com fortes mecanismos que aceleram os sistemas para que divulgações sejam feitas em um menor espaço de tempo, promovem, assim, a dissociação das mensagens para que possam chegar em um maior número de perfis, deles partindo para novos compartilhamentos por meio dos seus usuários.

No âmbito político, Passeti e Silveira (2010) apontam que há aqueles que defendem que a “despolíticação” da política teria sido causada pelas práticas midiáticas modernas e há os que defendem o papel “democratizador” das mídias, alegando que estas nada têm a ver com uma possível degenerescência política. As mídias promoveriam, assim, novas percepções do discurso político-eletrônico direcionado para o maior número de pessoas possíveis, uma vez que o acesso à internet, em especial no Brasil, abrange cerca de 90% da população, segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2022). Com o avanço tecnológico, o acesso à internet possibilitou maior interação nas mídias sociais entre candidato e eleitor, no período

eleitoral das eleições presidenciais de 2022 no Brasil. O Twitter provou visivelmente ser um dos principais veículos de comunicação, nesse período, associado à política, fazendo do website um verdadeiro palanque eleitoral, concentrado em propostas e em acusações baseadas nos discursos de ambos os principais candidatos. Ainda, podemos observar que, nesses ambientes, onde não há uma pessoa e sim uma *persona* marcada pelo anonimato, o internauta pode sair das acusações polidas e ir para os ataques mais afrontosos (PASSETTI; SILVEIRA, 2010).

Segundo Telles (2011), as mídias sociais permitem conversações que não podemos controlar, mas podemos influenciar. Isso se aplica ao uso do Twitter, que se tornou importante ferramenta para a disseminação de temas políticos, de forma contínua, além de auxiliar na construção de agendas, inclusive das mídias tradicionais (MENDES; MENDONÇA, 2020). Boa parte dos comentários reveste-se de um discurso de ódio como meio de argumentação, tornando-os textos que vão além da manifestação linguística, pois neles estão contidos mecanismos para a construção de uma oralidade baseada não somente nos caracteres, mas também na construção do sentido intolerante e antidemocrático.

Na plataforma, textos fora de seus contextos são usados para legitimar um candidato ou prejudicar seu oponente, muitas vezes constituindo *fake news*. A ideia oposta à informação verdadeira é associada ao desdobramento da repetição, não havendo argumentação perante fatos não comprovados, postados e usados como réplicas com as mais diversas formas distorcidas, com o único objetivo de atacar o candidato oposto. Esse problema é algo que só intensifica o já apontado por Silva (2010).

Alguns problemas podem ser encontrados no Twitter, como a dependência e a vigilância. Mas dois são os mais recorrentes: a sobrecarga cognitiva e as informações duvidosas. A sobrecarga pode acontecer ao se seguir um número muito grande de pessoas, despendendo-se assim muito tempo para ler todas as atualizações. As informações duvidosas estão presentes, principalmente porque não há como saber para onde aponta um *microlink* postado (SILVA, 2010, p. 13).

Tendo exposto nossas considerações sobre discurso político e mídias sociais, a seguir, detalhamos o sistema de Avaliatividade, que orientou a análise de nossos *corpora*.

## 2.2 SISTEMA DE AVALIATIVIDADE

Com o aporte da teoria sistêmico-funcional (HALLIDAY; MATTHIESSEN, 2004; 2014), a linguagem é conhecida como um sistema semiótico em três estratos, um semântico-discursivo, um léxico-gramatical e outro fonético-fonológico. A Avaliatividade configura o modo interpessoal no nível da semântica do discurso em que está articulado, principalmente pelos processos comportamentais e mentais ou como comentários. Trata-se de um sistema na interface entre semântica do discurso e léxico-gramática, seguindo estudos abordados por Martin e White (2005). As avaliações nos textos podem indicar aprovação/desaprovação, carinho/ódio, elogio/crítica em relação

aos seres e aos fatos do contexto social. Segundo os autores (2005), há três subsistemas que compõem o sistema de Avaliatividade: atitude, engajamento e gradação. A atitude refere-se às avaliações no campo dos sentimentos, o engajamento manifesta-se nas diferentes vozes presentes no texto e a gradação diz respeito à intensidade ou à quantidade apresentadas nos dois outros subsistemas.

A atitude atende as avaliações positivas e negativas do mundo e suas interfaces na comunicação, distribuídas em três campos semânticos. São eles: o afeto, ligado aos sentimentos humanos e suas interpretações culturais; o julgamento, que corresponde aos regulamentos morais ou legais definidos por uma sociedade; por fim, a apreciação, que atribui valor às coisas e aos fenômenos do meio.

O afeto encontra-se no campo das emoções, sentimentos dos falantes/escritores, indicando como se comportam emocionalmente em relação às pessoas, às coisas, aos objetos e aos acontecimentos (MARTIN, 2000; MARTIN; WHITE, 2005). Conforme o autor, o julgamento pode ser entendido como avaliações de comportamentos, que direcionam como as pessoas devem ou não agir, sendo ele dividido em estima social e sanção social. O primeiro situa-se nas manifestações da cultura oral, das fofocas e histórias; já o segundo, refere-se às regras morais, ao comportamento ético e verdadeiro. A apreciação, por sua vez, ainda de acordo com Martin e White (2005), é codificada pela expressão de gostos ou desgostos, constituindo a nossa avaliação pessoal sobre as pessoas, objetos ou entidades concretas. O Quadro 1 apresenta as categorias de avaliatividade e respectiva codificação.

**Quadro 1:** Codificação de categorias das Avaliatividade

Subsis tema	Campo semântico		Abreviatura		
			Pos	Neg	
atitude (at)	afeto (af)	felicidade		+fel	-fel
		segurança		+seg	-seg
		satisfação		+sat	-sat
	julgamento (julg)	estima social (est)	normalidade	+norm	-norm
			capacidade	+cap	-cap
		sanção social (sanç)	tenacidade	+ten	-ten
			veracidade	+ver	-ver
	apreciação (apr)	reação (reaç)	propriedade	+propr	-propr
			impacto	+imp	-imp
		composição (comp)	qualidade	+qual	-qual
			proporção	+prop	-prop
		valorização (val)	complexidade	+compl	-compl
			+val	-val	

Fonte: Santos (2021).

O campo semântico do afeto (af) é realizado por um componente linguístico que caracteriza “os sentimentos positivos (+af) ou negativos (-af) que o falante/escritor expressa em relação às pessoas, aos objetos e aos eventos, demonstrando se nos sentimos felizes ou tristes, confiantes e/ou ansiosos, interessados ou entediados” (SANTOS, 2021, p. 53). “A fonte do afeto é obviamente participantes conscientes, incluindo pessoas, coletivos e instituições humanas” (MARTIN; WHITE, 2005, p. 59). Conforme os autores (2005), o afeto agrupa as emoções em três campos principais: felicidade/infelicidade (±fel), que abrange emoções como tristeza, ódio, felicidade e amor;

segurança/insegurança ( $\pm$ seg), que abrange emoções como ansiedade, medo e confiança; satisfação/insatisfação ( $\pm$ sat), que envolve emoções relacionadas às atividades realizadas pelo leitor/ouvinte em termos de entusiasmo ou enfado.

A categoria de julgamento (julg), conforme Martin e White (2005), realizada por estima social ou por sanção social, atribui valor ao caráter e ao comportamento das pessoas, de modo a demonstrar aprovação ou condenação. Sendo assim, para realizar avaliações em relação ao comportamento do outro, o falante/escritor faz escolhas linguísticas do campo semântico relacionado à ética vigente na cultura do(s) grupo(s) social(is). Algumas dessas indicações são de uso tácito na comunidade – a estima social ( $\pm$ est) – e outras são formalizadas como regras e regulamentos administrados pela Igreja ou pelo Estado – a sanção social ( $\pm$  sanç).

As escolhas semânticas referentes a julgamento de estima social constituem avaliações em relação à normalidade (quão comum alguém é), à capacidade (quão capaz alguém é) e à tenacidade (quão determinado é) (MARTIN; WHITE, 2005). Essas avaliações são mais frequentes no que diz respeito à cultura oral e se manifestam em conversas do cotidiano e histórias de diferentes tipos com participantes da informalidade. Nas realizações avaliativas de estima social, o valor atribuído ao indivíduo é o de prestígio social elevado ou rebaixado. As escolhas semânticas dos julgamentos de sanção social, por sua vez, exprimem avaliações relacionadas à veracidade (quão verdadeiro, sincero alguém é) e à propriedade (quão ético alguém é). Essas avaliações são mais frequentemente realizadas de forma escrita e desempenham valores do dever cívico e das práticas religiosas, no que diz respeito a leis, regulamentos, decretos e regras (SANTOS, 2021).

As cinco subcategorias do julgamento – normalidade ( $\pm$ norm), capacidade ( $\pm$ cap), tenacidade ( $\pm$ ten), propriedade ( $\pm$ propr) e veracidade ( $\pm$ ver) – assim como todas as categorias do sistema de Avaliatividade estão diretamente ligadas aos valores estabelecidos em cada comunidade ou grupo social.

A apreciação ( $\pm$ apr), terceiro campo, semântica da atitude, “envolve avaliações de fenômenos semióticos e naturais, de acordo com as formas como são valorizados ou não em um determinado campo” (MARTIN; WHITE, 2005, p. 43). Segundo White (2004), a estética é um dos principais sistemas utilizados para conferir valor positivo ou negativo a objetos e a coisas em um discurso ou uma atividade. A apreciação, avaliações de reação, composição ou valoração das coisas, objetos ou fenômenos. A reação ( $\pm$ reaç) pode ser categorizada em reação/impacto, indicando a impressão que as coisas causam nas pessoas, e reação/ qualidade faz menção aos predicados materiais dos objetos. A composição ( $\pm$ comp) refere-se “à organização, à elaboração e à forma” (ALMEIDA, 2010, p. 110), pelas quais os objetos e as coisas foram produzidos. A composição por proporção ( $\pm$ prop) refere-se à harmonia das coisas, e a complexidade ( $\pm$ compl), à constituição dos objetos. Já a valoração ( $\pm$ val), conferida às coisas e aos objetos, avalia se são inovadores, autênticos ou oportunos.

A partir do referencial teórico apresentado, a seguir, expomos a metodologia empregada na análise do *corpus*.



### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A disparada de postagens em redes sociais, especialmente no Twitter, que caracterizou a campanha de Donald Trump à presidência dos Estados Unidos em 2016, teve reverberações no Brasil, na campanha eleitoral no ano de 2022. Apesar dos onze candidatos que se inscreveram, dois se sobressaíram na disputa como representantes da acirrada polarização ocorrida durante a campanha.

Com o objetivo de mapear as avaliações realizadas nesse microblog por partidários das duas tendências ideológicas, uma de direita e outra de esquerda, abrimos duas contas, uma pró-Lula (conta 1) e outra pró-Bolsonaro (conta 2), e coletamos *tweets* e *retweets* no período de setembro de 2022 a janeiro de 2023. O período inicial pretendido seria concluído em 31 de dezembro de 2022, mas, tendo em vista os desdobramentos e o resultado acirrado entre os dois candidatos, resolvemos estender o período até o final de janeiro, quando completaria um mês do novo governo.

Após a criação das duas contas no Twitter, utilizamos recursos léxico-gramaticais e outras semioses para nos aproximarmos dos grupos-alvo da pesquisa. Para que não fossem tomados por *bots*<sup>4</sup>, empregamos a linguagem coloquial, além de retuitarmos vídeos, comentários e *links* a favor de um candidato e contra seu oponente. Esteticamente, formatamos as páginas iniciais das contas com imagens e cores que remetiam aos respectivos candidatos, fazendo com que apoiadores reais pudessem interagir de forma tanto positiva quanto negativa em ambos os perfis. Assim, a escolha de um avatar feminino para o perfil de esquerda e de um personagem do mangá Baki (Yujiro Hanma)<sup>5</sup> para o perfil de direita pareceu-nos significativo.

Como nosso objetivo, neste trabalho, é mapear as avaliações na linguagem escrita, inicialmente foram descartados vídeos, *links*, *hashtags* compostas somente pela identificação numérica dos candidatos, memes e emojis. Com a limpeza feita, partimos para a seleção dos comentários, resultando o *corpus* apenas em fraseados, estes inseridos posteriormente no programa *Voyant Tools*. Os dados gerais dos *corpora* demonstraram os resultados constantes no Quadro 2.

**Quadro 2:** Dados dos *corpora*

Número total de <i>tokens</i>	3.578/3690
Número total de <i>types</i>	1.460
<i>Tokens</i> no <i>corpus</i> 1	2.284
<i>Types</i> no <i>corpus</i> 1	980
<i>Tokens</i> no <i>corpus</i> 2	1.406
<i>Types</i> no <i>corpus</i> 2	726

Em sequência, fizemos a Lista de Palavras de cada *corpus* (1 e 2), a fim de identificarmos, em cada um, os cinco itens léxico-gramaticais mais frequentes. Após,

---

<sup>4</sup> *Bots*, de acordo com Alecrim (2005), são *softwares* capazes de iniciar o processo de carregamento de sistemas operacionais em um computador. Tais gerenciadores têm papel importantíssimo, pois cabe a eles a tarefa de permitir ao usuário o carregamento de um ou outro sistema.

<sup>5</sup> Yujiro Hamma é uma das personagens centrais do mangá “Baki the Grappler”, escrito por Keisuke Itagaki.

buscamos, em cada item selecionado, as ocorrências de avaliações do campo semântico de atitude (afeto, julgamento e apreciação), cujos dados foram comparados, a fim de estabelecerem-se semelhanças e diferenças entre os dois *corpora*.

Por fim, os resultados foram computados e estão apresentados na seção a seguir.

#### 4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Coletados os resultados do *corpus* 1 (pró-Lula), foram encontradas 63 avaliações para os 5 itens. Os cinco itens lexicais mais frequentes foram **Bolsonaro** (20 ocorrências), **patriotas** (16 ocorrências), **Lula** (12 ocorrências), **Brasil** (9 ocorrências) e **povo** (6 ocorrências). O Quadro 3 expõe os resultados obtidos dentre as avaliações para os cinco itens identificados como mais frequentes no *corpus* 1.

**Quadro 3: Avaliações no *corpus* 1<sup>6</sup>**

	Bolsonaro		patriotas		Lula		Brasil		povo		TOTAL	
	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-
+fel				1								1
+seg	14		1	1	1	1		5		1	16	8
+sat						1		1				2
+norm			1			1					1	1
+cap	4					1	1	1	3		8	2
+ten			6	2			1				7	2
+ver			1			1					1	1
+propr	1	1	1	2		6				2	2	11
STOT	19	1	10	6	1	11	2	7	3	3	35	27
TOT	20		16		12		9		6		63	

Fonte: Dados do *corpus* 1.

É importante notar que, mesmo que os comentários do usuário (perfil do *corpus* 1) seja a favor do candidato Lula, o item lexical que mais apareceu foi **Bolsonaro** com 20 ocorrências, distribuídas em +seg (14)<sup>7</sup>, +cap (4) e +prop (1). Os excertos E1 e E2 apresentam ocorrências de segurança positiva.

<sup>6</sup> As categorias de atitude que não constam nos Quadros de Resultados não foram encontradas nos corpora.

<sup>7</sup> O número entre parênteses, a partir deste ponto, indica o número de ocorrências de cada categoria.

E1	Nós mineiros sabemos a tragédia que foi o governo do PT. Por isso, <u>apoio o presidente <b>Bolsonaro</b> no 2º turno dessas eleições. O Trem tá no rumo certo</u> e essa parceria é fundamental para Minas seguir nos trilhos do futuro nos próximos anos.	+seg
----	---	------

E2	<u>De uma só vez, mais seis governadores declaram apoio a Bolsonaro</u> (veja o vídeo). O favoritismo de <b>Bolsonaro</b> só cresce.	+seg
----	--	------

Em E1, o apoio firme a Bolsonaro resulta em avaliação de segurança positiva, uma vez que “o trem esta(ndo) no rumo certo” dá aos seus partidários certeza da eleição do candidato. O mesmo ocorre em E2, em que o apoio de seis governadores do país fortalece a certeza da eleição de Bolsonaro.

Pelo alto número de ocorrências de apoio a Bolsonaro no *corpus* 1, podemos entender que, apesar de o usuário primeiramente incentivar os *tweeters* a votarem em Lula, obtivemos o efeito contrário: os apoiadores da direita brasileira usaram essa conta para combater a eleição do candidato de esquerda. Isso é reforçado pela presença do segundo item lexical mais frequente: patriotas (16), para o qual prevalece a categoria +ten. Os exemplos E3 e E4 ilustram duas ocorrências.

E3	Não se esqueça de que estamos vivendo tempos atípicos. A maioria queria o Mito, mas a conduta do adversário não permitiu ... e escreva o que vou te dier ... Não acabou! Os Verdadeiros <b>Patriotas</b> <u>vão manter a resistência!</u>	+ten
----	---	------

E4	<b>Patriotas</b> , por FAVOR, vamos AVANTE. Queridas Guerreiras e Guerreiros, <u>orgulho de TODOS vocês! Deus os abençoe infinitamente e proteja sempre!</u>	+ten
----	--	------

Em E3, a tenacidade positiva é lexicalizada em “vão manter a resistência!”, o que é reforçado em E4 com a marcação de itens como AVANTE e TODOS, grafados em maiúsculas com o objetivo de enfatizar a união entre os eleitores da direita. O mesmo ocorre com os itens Guerreiras e Guerreiros, em que a letra inicial é destacada, além da menção a mulheres e homens que acreditam na eleição de Bolsonaro. Uma única menção em termos de afeto é lexicalizada em “queridas”, de modo a demonstrar solidariedade com seus pares.

As avaliações dos *tweeters* feitas para **Lula** são negativas e diversas, e apenas uma é positiva (+seg). Apresentamos E5 e E6 como evidências negativas.

E5	Se fosse o <b>LULA LIXOOOOO</b> não passaria nem pela porta aí sim teria que chamar a polícia pra prender o <u>larápíu sujo</u> .	-propr
----	---	--------

E6	Chamaria se fosse o <b>Luladrão</b> e seus ministros. Todos tem <sup>s</sup> processos. Tudo <u>vagabundo</u> . E quem apoia <u>vagabundo, vagabundo</u> é.	-propr
----	---	--------

<sup>8</sup> As postagens apresentadas neste artigo são as originais colocadas no Twitter, de modo que não fizemos correções gramaticais.

As avaliações de -propr em E5 e E6 atribuídas a Lula (*lixo, larápio sujo, Luladrão, vagabundo*) exprimem julgamento de falta de ética, principalmente de desonestidade do candidato de esquerda. Tais avaliações lembram a operação Lava Jato, que resultou com a prisão de Lula em 2018, o que é constantemente lembrado pelos eleitores de direita. Nossa hipótese é a de que a conta em favor do candidato de esquerda serviu para protestos e desabafos dos eleitores do candidato rival. O emprego desses avaliativos, facilitados pelo anonimato, permite que o internauta saia das acusações polidas e faça uso de ataques mais afrontosos, como já afirmavam Passetti e Silveira (2010).

**Brasil** (9) e **povo** (6), apesar de estarem entre os cinco itens lexicais mais frequentes, receberam poucas avaliações. Destacam-se as 5 avaliações de -seg feitas para Brasil. Já para **povo**, encontramos 3 avaliações de +cap, como demonstram os exemplos E7 e E8.

E7	Prontas para o que? <u>Salvar o Brasil</u> ou <u>prestar continência para o maior corrupto da nação</u> ? O tempo está se esgotando. A quadrilha está se espalhando. Até quando?	-seg
E8	Então vamos agir. <u>O povo já está pronto também</u> . É hora de valer os verso do nosso hino, “Ou ficar a Pátria livre, ou morrer pelo Brasil”.	+cap

Em E7, o usuário manifesta sua insegurança quanto a uma possível eleição de Lula, o que impediria a direita de “salvar” o Brasil. Já em E8, a capacidade positiva revela-se pela prontidão do povo brasileiro para a ação, ou seja, também para “salvar” o Brasil do domínio da esquerda.

O *corpus 2* (pró-Bolsonaro), por sua vez, apresentou como os cinco itens lexicais mais frequentes: **gastos** (13 ocorrências), **Lula** (12 ocorrências), **Bolsonaro** (10 ocorrências), **Dilma** (5 ocorrências) e **povo** (4 ocorrências). O Quadro 4 traz os resultados obtidos dentre as avaliações para os cinco itens identificados como mais frequentes.

**Quadro 4:** Avaliações no *corpus 2*

	gastos		Lula		Bolsonaro		Dilma		povo		TOTAL	
	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-
fel									1		1	
seg			4		1	1	1			1	6	2
norm										1		1
cap				1								1
ver	2	2	1				1				4	2
propr		6		3		8		1				18
qual	1										1	

AVALIATIVIDADE E POLÍTICA NO TWITTER: UM ESTUDO  
SISTÊMICO-FUNCIONAL DE COMENTÁRIOS NO PERÍODO ELEITORAL

compl		1	2	1		2				4	2	
val	1								1	1	1	
STOT	4	9	7	5	1	9	4	1	1	3	17	27
TOT		13		12		10		5		4		44

Fonte: Dados do *corpus* 2.

Os dados coletados do *corpus* 2 obtiveram 44 avaliações para os 5 itens analisados em que observamos uma grande prevalência na avaliatividade de propriedade negativa (-prop), e todos os outros itens obtiveram pouca avaliação. Isso se justifica pelo fato de a grande maioria das postagens, neste *corpus*, serem curtidas e propagadas em lugar de engajadas e discutidas. Entendemos que o desejo de “passar” pelo discurso é cumprido na fala de outro, principalmente quando esse outro quebra as barreiras daquilo que não pode ser dito.

A mínima ação que satisfaz esse *twitter* é a ação de curtir. A curtida é a ação de confirmação e propagação do discurso dentro da lógica do *microblogging*, uma vez que é assim que a mensagem ganha chances de aparecer para mais pessoas que não seguem aquele que escreveu. Isso acaba por blindar aquele que curte, uma vez que o panóptico da rede não o julgará pelo seu posicionamento. Um exemplo recente disso são os “tuítes” que um ex-ministro brasileiro<sup>9</sup> curtiu em sua conta pessoal, por conta própria, que apoiava os atos antidemocráticos.

Observando o *corpus* obtido, o item mais avaliado é **gastos**, que se distribui em ver (4), -prop (6), +qual (1) e +val (1). Os exemplos E9 e E10 trazem avaliações de propriedade negativa.

E9	É simples cobrir os gastos públicos do Lula e Dilma Rousseff e compare!	-prop
----	---	-------

E10	Nos governos Lula e Dilma o cartão corporativo englobava os gastos dos 34 ministérios e até os gastos do GSI entravam na conta até 2013.	-compl
-----	--	--------

Tanto em E9 quanto em E10, há avaliações implícitas em relação a gastos. Como a questão financeira é sempre motivo de muita especulação por parte da mídia e da população em geral, os gastos públicos foram excedidos pelo governo anterior, ferindo a ética do manejo das contas públicas (E9). Em E10, as despesas abrangiam indevidamente uma gama de setores do governo federal, tornando as contas públicas caras e exageradas. Os gastos do governo anterior foram um problema difícil de contrargumentar nas redes, fazendo com que o comparativo entre os dois candidatos fosse muito frequente nas produções discursivas.

O segundo termo mais empregado no *corpus* 2 é **Lula**, nome do candidato de esquerda à presidência da república. Dentre as 12 ocorrências de avaliatividade em linguagem verbal, houve um certo equilíbrio entre avaliações positivas (7) e negativas

<sup>9</sup> Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2023/01/09/general-helena-volta-ao-twitter-e-curte-publicacao-que-diz-sermos-pacificos-nao-adiantou>.

(5). Prevaleram as avaliações positivas de segurança (4) e as avaliações de propriedade negativa (3), o que se pode observar em E11 e E12.

E11	Eles só divulgaram o resultado das urnas, chora q ta bonito de ver <u>Lula Presidente 13</u> governando para Todos.	+seg
-----	---	------

E12	“O <u>luladrão</u> é realmente um domador de axxxnos”.	-propr
-----	--	--------

Em E11, a avaliação referente a Lula como futuro presidente expressa a confiança e a segurança do internauta ao aguardar o novo governo. Já em E12, o item lexical *luladrão* aponta para uma avaliação negativa de propriedade, em que se recorda a condenação deste político por ocasião da Lava Jato. A utilização dos itens lexicais de *luladrão*, *domador* e *axxxnos*, em E12, remete a um vocabulário de “comunicadores” mais experientes em linguagem de internet. Podemos encontrar, em fóruns de anonimato, essas designações sendo utilizadas para criar uma visão negativa da figura atacada.

O item lexical **Bolsonaro** recebeu 10 avaliações, sendo 8 delas de propriedade negativa, constituindo o maior número individual dentre todas as ocorrências localizadas. Vejam-se E13 e E14.

E13	Fraude foi Bolsonaro <u>mandar a polícia impedir os nordestinos de votar, cortar verbas pra poder comprar votos, trabalhadores ameaçados de demissão caso votassem em Lula</u> , isso sim foi fraude e mesmo assim vcs perderam	-propr
-----	---	--------

E14	Se você defende <u>o golpismo nazista do Bostonaro</u> vc é nazista e repudiado no mundo inteiro. E é crime internacionalmente e merece cadeia.	-propr
-----	---	--------

No excerto E13, o internauta acusa o ex-presidente, após as eleições de novembro de 2022, de praticar crime ao promover obstáculos à eleição de seu rival. Essa é uma avaliação de -propr, porque se opor ao bom andamento das eleições é crime previsto pela lei eleitoral brasileira. Em E14, o candidato da direita também é avaliado por -propr, já que suas ações são consideradas atos de *golpismo* de ideologia *nazista*.

**Dilma** Rousseff sempre teve sua imagem muito ligada à de Lula, recebe um número bem menor de avaliações (5), assim como o item lexical **povo** (4). A ex-presidente do Brasil recebe avaliações positivas de segurança (1), veracidade (1) e de complexidade (2), e negativa de propriedade (1). Já *povo* recebe avaliações negativas de segurança (1), normalidade (1) e valoração (1) e de felicidade positiva (1). Os excertos E15 e E16 exemplificam o exposto.

E15	DILMA EU AUTORIZO	+seg
-----	-------------------	------

E16	O povo <u>comeu comida de cachorro</u> no governo anterior.	-norm
-----	---	-------

No excerto E15, é demonstrada confiança nas ações de Dilma Rousseff, ao escrever que a *autoriza*, ou seja, que as ações da ex-presidente estão de acordo com as convicções do avaliador; além disso, nessa época era vinculado um rumor, que depois

foi confirmado, que o ex-presidente Bolsonaro não passaria a faixa, logo a “verdadeira presidenta” deveria fazê-lo. Ressaltamos que, diferentemente da extrema direita, a esquerda utiliza das fantasias como humor para mitigar a realidade. Diferentemente em E16, a avaliação é de normalidade negativa, já que o povo, no governo anterior, passou por muitas dificuldades, principalmente pela fome que abalou grande número de brasileiros.

Na seção a seguir, apresentam-se as considerações finais.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A liberdade de expressão e os acontecimentos dos últimos anos na política brasileira foram fatores importantes não somente para o resultado das eleições de 2022, mas também para os temas encontrados no âmbito político, que promoveram maiores percepções quanto ao cenário profundamente polarizado no Brasil. De acordo com Lord (2018), o discurso da política não trata de uma verdade absoluta, mas sim de um construto interpretativo que se propõe representativo e explicativo de algo e que pode vir a disputar espaço e aceitação com outros discursos diferentes.

No trabalho ora realizado, percebeu-se um forte desejo de, como influenciadores digitais, os internautas buscarem “protagonismo” ou apenas satisfação ao se tornarem o centro momentâneo das atenções. Nesse meio, explicações simplistas com apelos morais encontram potencial de difusão nos discursos que os internautas realizam, por meio de seus posicionamentos sobre a disputa pelo governo, julgamentos e avaliações implícitas ou explícitas, em uma perspectiva positiva ou negativa, estabelecendo suas ideologias presentes no discurso político. Boa parte das postagens apontam para um discurso de ódio como meio de argumentação construída, tendo em vista a intolerância ao candidato opositor, a exemplo do que pensam Mendes e Mendonça (2020).

A Avaliatividade torna-se um aporte teórico fundamental para compreendermos a maneira como a linguagem está inserida no contexto político ao expressar atitudes, julgamentos e avaliações em relação a algo ou alguém. Martin e White (2005) ressaltam que ideologia e poder permanecem em conjunto com a língua e a cultura, em cada contexto social que irá determinar o acesso amplo ou restrito dessas pessoas aos recursos de significação.

Os *corpora* coletados enquadram-se no que Bochetti *et al.* (2015) denominam discurso sobre política (DSP), uma vez que as postagens constituem discussões realizadas fora do ambiente parlamentar e/ou institucional. Os participantes são ou anonimizados ou identificados por codinomes, têm ampla liberdade de manifestação e têm em comum apenas o desejo de participar com opiniões particulares.

Nas postagens analisadas, prevaleceram as avaliações de +seg (*corpus* 1) e de - propr (*corpus* 2), o que leva à compreensão de que essas áreas semânticas são as que mais interessam aos eleitores que interagiram no Twitter. Enquanto as postagens no *corpus* 1 (de orientação de esquerda) são feitas claramente por partidários de direita, que buscam reforçar a confiança que têm em seu candidato; as postagens do *corpus* 2 (de orientação de direita) evidenciam a participação de internautas de esquerda, que enfocam avaliações de -propr em relação a Bolsonaro, acusando-o de um mau governante. Ocorre

aqui um cruzamento interessante, em que os perfis são usados para manifestar o protesto de cada uma das orientações ideológicas. Acreditamos que os resultados obtidos por nós demonstram que não são propostas que aparecem nas postagens, mas sim tentativas verbais de persuasão e ataque em prol de figuras políticas e ideias.

Observamos ainda que, como Passetti e Silveira (2010) destacam,

[a] circulação discursiva dos enunciados políticos na rede está, por conseguinte, relacionada ao modo como os sujeitos utilizam os *links* para interpretar os discursos circulantes e, através deles, criam redes específicas de filiações. O que nossas pesquisas têm indicado é que os discursos que mais circulam nas redes sociais são aqueles produzidos por sujeitos políticos ordinários, comuns, anônimos" (PASSETTI; SILVEIRA, 2010).

Esta pesquisa restringiu-se ao exame das postagens em linguagem verbal. Trabalho futuro e necessário será analisar a grande quantidade de postagens em linguagem não verbal, presentes em grande número. A presença de *likes*, memes, vídeos, marcações e até de antilinguagem também caracterizaram as ocorrências coletadas.

## REFERÊNCIAS

ALECRIM, E. **O gerenciador de boot GRUB**. Infowester, 2005. Disponível em: <https://www.infowester.com/lingrub.php>.

ALMEIDA, F. S. D. P. de. Atitude: afeto, julgamento e apreciação. In: VIAN JR., O.; SOUZA, A. de; ALMEIDA, F. (Org.). **A linguagem da avaliação em língua portuguesa: estudos sistêmico-funcionais com base no sistema de avaliatividade**. São Carlos: Pedro & João Editores, 2010. p. 99-111.

ANDREASSA, L. **O que é polarização e por que é prejudicial à democracia?**. POLITIZE!, 2020, Disponível em <https://www.politize.com.br/o-que-e-polarizacao/>.

ARISTÓTELES. **Retórica**. São Paulo: Martins Fontes, (1354 [2012]).

BALIEIRO, F. de F.; MARZOCHI, S. F. Muralha de espelhos: o narcisismo político nas plataformas digitais. **Revista Brasileira de Sociologia**, Porto Alegre, v. 9, n. 23, p. 121-148, 2021.

BAYLEY, P. Analysing language and politics. **Mediazione: rivista online di studi interdisciplinarisui lingue e culture**, 2005. Disponível em: [https://www.academia.edu/855194/Analysing\\_language\\_and\\_politics](https://www.academia.edu/855194/Analysing_language_and_politics).

BOCHETT, A. C. *et.al.* Concepções de discurso político: caminhos para uma discussão teórica. **Moara**, Pará, n. 47, p. 128-161, 2017.



BRASIL. **Constituição de 1988**. Constituição da República Federativa do Brasil: texto constitucional promulgado em 5 de outubro de 1988, com as alterações adotadas pelas Emendas Constitucionais nos 1/1992 a 68/2011, 152 pelo Decreto Legislativo nº 186/2008 e pelas Emendas Constitucionais de Revisão nos 1 a 6/1994. 35. ed. Brasília: Câmara dos Deputados, Edições Câmara, 2012.

CORREA, E. K. C. **Não é não, não?:** um estudo sobre o marcador negativo “não” em discursos políticos de presidentes brasileiros na perspectiva da linguística sistêmico-funcional. 2019. 236 p. Tese (Doutorado em Letras), Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2019.

FESTINGER, L. **Teoria da dissonância cognitiva**. Rio de Janeiro: Zahar. 1975.

FREITAS, J. C. Teocracia em tempos de democracia. *In*: JORNADA ACADÊMICA INTEGRADA, 31, 2016, Santa Maria. **Anais [...]**. Santa Maria: UFSM, 2016. Disponível em: <https://portal.ufsm.br/jai/anais/trabalho.html?action=anais>.

GASPARETTO JR, A. **Autocracia**. InfoEscola. Disponível em: <http://www.infoescola.com/formas-de-governo/autocracia>.

GONZAGA, D. **A polarização política no Brasil**. 2022. Disponível em: <https://unale.org.br/a-polarizacao-politica-no-brasil/>.

HALLIDAY, M. A. K.; MATTHIESSEN, C. M. I. M. **Halliday's introduction to functional grammar**. 4. ed. Londres: Arnold, 2014.

HALLIDAY, M. A. K.; MATTHIESSEN, C. M. I. M. **An introduction to functional grammar**. 3. ed. Londres: Arnold, 2004.

HUNTER, J. D. **Culture wars: the struggle to control the family, art, education, law, and politics in America**. New York: Basic Books, 1991.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo Brasileiro de 2022**. Rio de Janeiro: IBGE, 2022.

ITAGAKI, K. **Baki the Grappler**. Disponível em: <https://xpanimes.com/assistir-grappler-baki/>

IYENGAR, S.; SOOD, G.; LELKES, Y. Affect, not ideology: a social identity perspective on polarization. **Public Opinion Quarterly**, [S. l.], v. 76, n. 3, p. 405-431, 2012.

LÉVY, P. Introdução. *In*: LÉVY, P. **Cybercultura**. São Paulo: Editora 34, 1997.

LI, E. S.; LUI, P. L.; FUNG, A. K. **Systemic Functional political discourse analysis: a text-based study**. Londres: Routledge, 2020.

LORD, L. Análise do discurso político: um estudo sobre o Supremo Tribunal Federal. **Letras**, Santa Maria, v. 28, n. 56, p. 283-302, 2018.

MARTIN, J. Beyond exchange: appraisal systems in English. *In*: HUNSTON, S.; THOMPSON, G. **Evaluation in text: authorial stance and the construction of discourse**. Oxford University Press, Oxford, 2000.

MARTIN, J.; WHITE, P. R. R. **The language of evaluation: appraisal in English**. New York: Palgrave, 2005.

MASON, L. 'I disrespectfully agree': the differential effects of partisan sorting on social and issue polarization. **American Journal of Political Science**, Bloomington, v. 59, n. 1, p. 128-145, 2015.

MATTHIESSEN, C. M. I. M. Modelando contexto e registro: o projeto de cartografia de registro a longo prazo. **Letras**, Santa Maria, n. 50, p. 15-90, 2015.

MENDES, A. G. de L.; MENDONÇA, F. A. do P. Donald Trump, o twitter e as eleições presidenciais dos Estados Unidos de 2016. **Debates**, Porto Alegre, v. 14, n. 1, p. 84-109, 2020.

MIRANDA, G. A. de. **Mídias sociais: o marketing como forma de comunicação**. 2010. Monografia (Bacharelado em Comunicação Social), Centro Universitário de Brasília, Brasília, 2010. Disponível em: <https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/123456789/1828/2/20722628.pdf>.

MOISÉS, J. **Dilema da consolidação da democracia**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1989.

ORTELLADO, P.; RIBEIRO, M. M.; ZEINE, L. Existe polarização política no Brasil?: análise das evidências em duas séries de pesquisas de opinião. **Opinião Pública**, [S. l.], v. 28, n. 1, p. 62-91, 2022. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/op/article/view/8669212>.

PASSETTI, M. C.; SILVEIRA, J. Discurso político-eletrônico: circulação e mutações dos enunciados políticos na internet. *In*: POSSENTI, S.; PASSETTI, M. C. (org.). **Estudos do texto e do discurso: política e mídia**. Maringá: Eduem, 2010, p. 79-102. v. 1.

SANTOS, M. **Recursos avaliativos no discurso de Jair Bolsonaro: escolhas atitudinais**. 2021. 362 f. Dissertação (Mestrado em Letras), Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2021.

SILVA, M. O Twitter dentro do universo da cibercultura: uma abordagem teórica da ferramenta. *In*: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO CENTRO-OESTE, 12., 2010, Goiânia. **Anais [...]**. Goiânia, 2010. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/centrooeste2010/resumos/r21-0142-1.pdf>.

TELLES, A. **A revolução das mídias sociais**: estratégias de marketing digital para você e sua empresa terem sucesso nas mídias sociais. 2. ed. São Paulo: M. Books do Brasil, 2011.

TWITTER. **@pralini\_angela**. Disponível em: [https://twitter.com/pralini\\_angela](https://twitter.com/pralini_angela).

TWITTER. **@jovemlvcido**. Disponível em: <https://twitter.com/jovemlvcido>.

VOYANT Tools. Disponível em: <https://voyant-tools.org>.

WHITE, P. Valoração: a linguagem da avaliação e da perspectiva. **Linguagem em (Dis)curso**, Tubarão, v. 4, n. esp, p. 178-205, 2004.

WODAK, R. **The discourse of politics in action**: politics as usual. Inglaterra: Palgrave, 2009.