Observatorio (OBS*)

Received: 2025-04-16 | **Accepted:** 2026-05-18 | **Published:** 2026-06-18 | **DOI**: 10.15847/OBS20262667

Polarização como regime moral no Brasil: religião, confiança e desinformação em disputa

Polarization as a moral regime in Brazil: religion, trust, and disinformation in dispute

Erivelto Amarante

Universidade Federal do Paraná

Curitiba, Brasil

Resumo

O artigo investiga como a identidade religiosa influencia a confiança na mídia e o comportamento frente à desinformação em contextos de polarização política no Brasil. Partindo da hipótese de que a religião atua como um filtro moral que orienta a percepção informacional, analisamos dados de um *survey*, composto por 1.100 participantes divididos entre lulistas e bolsonaristas. A pesquisa compara evangélicos e católicos nos dois campos políticos, com foco em três dimensões: confiança na mídia tradicional, práticas de verificação de informações e compartilhamento de *fake news*. A análise dos dados confirma que evangélicos bolsonaristas apresentam os menores níveis de confiança na mídia e os maiores índices de compartilhamento de desinformação, enquanto católicos e evangélicos lulistas exibem padrões mais estáveis e críticos. Os resultados sustentam a hipótese de que a religião, articulada à filiação política, opera como dispositivo moral na disputa informacional contemporânea, moldando regimes distintos de verdade e legitimidade pública.

Palavras-chave: polarização política, confiança na mídia, religião, desinformação, cultura digital

Abstract

This article investigates how religious identity influences trust in the media and behavior toward disinformation in contexts of political polarization in Brazil. Based on the hypothesis that religion operates as a moral filter that guides informational perception, we analyze survey data from 1,100 participants, divided between supporters of Lula and Bolsonaro. The research compares evangelicals and Catholics across both political camps, focusing on three dimensions: trust in traditional media, fact-checking practices, and the sharing of fake news. Data analysis confirms that evangelical Bolsonaro supporters exhibit the lowest levels of trust in the media and the highest rates of disinformation sharing, while Catholic and evangelical Lula supporters display more stable and critical patterns. The findings support the hypothesis that religion, articulated with political affiliation, functions as a moral device in the contemporary informational dispute, shaping distinct regimes of truth and public legitimacy.

Keywords: political polarization, media trust, religion, disinformation, digital culture

1. Introdução

A confiança na mídia é um dos elementos estruturantes do pacto democrático moderno, sustentando a legitimidade das instituições jornalísticas como mediadoras autorizadas da realidade pública. No entanto, essa confiança tem sido corroída em diversos contextos nacionais, especialmente naqueles marcados por crescente polarização afetiva e desinformação sistêmica (Porath et al., 2022). No Brasil, a crise de credibilidade midiática se intensificou na última década, acompanhando a emergência de discursos políticos que não apenas deslegitimam a imprensa, mas a enquadram como inimiga moral (Figo et al., 2024). Esse processo é acompanhado por uma reconfiguração das práticas informacionais, em que a escolha de fontes, o grau de verificação e o engajamento com conteúdos falsos são profundamente atravessados por filiações ideológicas e crenças identitárias (Kandel, 2021; Amaral & Santos, 2019).

No centro dessa transformação está o fenômeno da polarização política dinâmica, que tem sido impulsionado por mecanismos digitais e pela intensificação da identificação negativa com o "outro político" (Bello, 2023; Areal, 2022). Tal polarização não se manifesta apenas em divergências programáticas, mas em formas distintas de construir a realidade, muitas vezes ancoradas em mundos informacionais paralelos (Rossini et al., 2023; Pellizzari & Barreto Junior, 2019). Nesse sentido, a polarização mobilizada neste estudo é compreendida não apenas como divergência de preferências, mas como uma clivagem afetiva e identitária, estruturada por dinâmicas de *in-group* e *out-group*, nas quais o pertencimento político redefine critérios de credibilidade, legitimidade institucional e reconhecimento do outro. A separação entre "nós" e "eles" reestrutura o campo comunicacional, conferindo novos sentidos à desconfiança, que passa a ser mobilizada como expressão de pertencimento e lealdade política (Porath et al., 2022). Nesse cenário, a percepção de viés midiático se converte em marcador simbólico das disputas em torno da verdade e da autoridade.

A religião desempenha papel marcante nesse processo. Mais do que sistema de crenças pessoais, ela tende a atuar como matriz moral e interpretativa capaz de orientar julgamentos políticos e informacionais (Almeida, 2021; Campbell & Evolvi, 2019). No caso brasileiro, a ascensão do bolsonarismo consolidou um campo político-religioso que rejeita a mediação jornalística tradicional e constrói ecossistemas informacionais alternativos sustentados por afetos, valores morais e autoridades religiosas (Figo et al., 2024; Paixão & Guimarães, 2020). Essa relação é particularmente visível entre segmentos evangélicos, onde a fé muitas vezes estrutura a recepção de conteúdos noticiosos e legitima narrativas desinformativas alinhadas a uma lógica de guerra cultural (Facchini, 2021; Correia, 2019). Cabe destacar, entretanto, que a categoria "evangélico" é mobilizada neste estudo de forma agregada, embora corresponda a um campo religioso heterogêneo, composto por diferentes denominações, com orientações teológicas e práticas comunicacionais distintas.

Ao mesmo tempo, o campo lulista mantém uma relação distinta com a mídia, ainda que marcada por críticas históricas. O lulismo, enquanto pacto entre inclusão econômica e moderação política, tem promovido uma recepção mais institucionalizada da informação e maior confiança em fontes jornalísticas tradicionais, especialmente entre segmentos católicos e secularizados (Singer, 2012). As classes populares vinculadas a esse campo tendem a manter práticas mais sistemáticas de checagem e uso de mídias convencionais, como televisão e portais de notícia, ainda que também estejam expostas à desinformação digital (Coutinho, 2021; Nascimento et al., 2023).

Este artigo parte da premissa de que a polarização brasileira contemporânea opera como um regime moral que estrutura não apenas posições políticas, mas também padrões de confiança e descrença informacional. Sustenta-se que a religião, especialmente entre evangélicos, exerce papel central na organização simbólica dessa confiança — funcionando como filtro que legitima ou rejeita a autoridade jornalística. Ao cruzar religião e identidade política, busca-se compreender como essas variáveis combinadas explicam a adesão ou resistência à desinformação, revelando assim estruturas profundas de mediação da verdade e da legitimidade discursiva (Fuchs, 2015; Prior, 2019).

Com base no banco de dados oriundo de um *survey*, composto por 1.100 participantes divididos entre lulistas e bolsonaristas, este estudo analisa como evangélicos e católicos se diferenciam em seus níveis de confiança na mídia, práticas de verificação de informações e comportamento frente à circulação de conteúdos desinformativos (doravante também referidos, quando pertinente, como *fake news*, em função

do uso corrente do termo). A análise mobiliza técnicas estatísticas e visualizações comparativas para testar duas hipóteses: (H1) que evangélicos bolsonaristas demonstram níveis significativamente mais baixos de confiança na mídia tradicional do que evangélicos lulistas e católicos (Figo et al., 2024; Kandel, 2021); e (H2) que evangélicos bolsonaristas compartilham mais *fake news* e verificam menos informações do que os demais grupos religiosos (Rossini et al., 2023; Amaral & Santos, 2019). Ao explorar essas dinâmicas, o artigo contribui para a compreensão das interseções entre religião, política e comunicação em tempos de radicalização informacional.

2. Fundamentação teórica

O modo como indivíduos e grupos sociais se relacionam com a informação está cada vez mais condicionado por disputas morais e políticas sobre quem tem autoridade para mediar a realidade. Em sociedades marcadas por clivagens ideológicas intensas, como o Brasil contemporâneo, o reconhecimento da legitimidade das instituições jornalísticas é atravessado por afetos, identidades e estruturas normativas de julgamento (Porath et al., 2022). A confiança na mídia, nesse contexto, deve ser compreendida como um fenômeno complexo, que articula dimensões cognitivas, simbólicas e emocionais, refletindo não apenas avaliações sobre a qualidade da informação, mas posicionamentos valorativos sobre o papel da imprensa na sociedade (Lisboa & Benetti, 2017). Além disso, a literatura internacional tem destacado que a confiança nos media está fortemente associada a fatores contextuais e políticos, sendo sensível a dinâmicas de polarização e a percepções de viés ideológico, o que reforça sua natureza relacional e contingente (Tsfati & Ariely, 2014; Kohring & Matthes, 2007). Quando a mídia é enquadrada como inimiga por setores politicamente organizados, o que está em jogo não é apenas sua credibilidade, mas sua autoridade como produtora de verdade pública (Figo et al., 2024)

A polarização política, nesse contexto, opera como um dispositivo que organiza afetos e percepções sociais. Ela não se limita à divergência de opiniões, mas configura uma clivagem afetiva, na qual o "nós" e o "eles" são marcadores simbólicos de moralidade e ameaça (Areal, 2022). Essa polarização se intensifica em ambientes digitais, nos quais algoritmos e dinâmicas de engajamento reforçam visões de mundo unilaterais e identidades políticas excludentes (Amaral & Santos, 2019; Pellizzari & Barreto Junior, 2019). Nesse cenário, a polarização pode ser compreendida como um fenômeno que combina dimensões cognitivas, afetivas e identitárias, influenciando diretamente a forma como os indivíduos selecionam, interpretam e validam informações. No caso brasileiro, essa clivagem assumiu feições morais profundas, com disputas sobre a verdade sendo travadas por meio da desqualificação das instituições mediadoras — sobretudo a imprensa (Bello, 2023; Prior, 2019).

A religião entra nesse quadro como um vetor de ordenamento simbólico que organiza a percepção do mundo e dos conflitos sociais. Longe de ser apenas uma variável sociodemográfica, a fé opera como estrutura de sentido que orienta práticas informacionais, filiações políticas e posicionamentos públicos (Almeida, 2021; Campbell & Evolvi, 2019). Entre os evangélicos, em particular, observa-se a presença de um *ethos* comunicacional próprio, ancorado em autoridades religiosas, redes informais e circuitos de confiança paralelos à esfera pública midiática tradicional (Facchini, 2021; Correia, 2019). Isso contribui para o fortalecimento de ecossistemas informacionais fechados, onde a validação das informações circula por critérios morais e comunitários, e não por critérios jornalísticos ou factuais. Importa considerar, contudo,

que esse campo é internamente heterogêneo e que diferentes denominações podem apresentar padrões distintos de relação com a mídia e com a política, o que constitui uma limitação analítica relevante quando se trabalha com categorias agregadas.

Além disso, estudos sobre mídia e religião no Brasil apontam que a cobertura jornalística tradicional tende, em diversos momentos, a enquadrar grupos evangélicos de forma negativa ou estigmatizada, o que contribui para a construção de percepções de hostilidade e reforça a desconfiança desses segmentos em relação à imprensa (Cunha, 2017). Esse histórico de representação midiática deve ser considerado como parte do contexto que molda as atitudes de rejeição à mídia, não sendo reduzível apenas a alinhamentos ideológicos recentes.

Para compreender essas dinâmicas, este artigo mobiliza a noção de regimes morais de verdade como chave interpretativa. Esse conceito refere-se a sistemas de validação da informação que operam a partir de critérios normativos, identitários e afetivos, nos quais a credibilidade não é definida exclusivamente pela verificabilidade empírica, mas pela consonância com valores compartilhados e pertencimentos coletivos. Em contextos de polarização, diferentes grupos passam a operar com parâmetros distintos de verdade, o que contribui para a fragmentação da esfera pública e para a consolidação de universos informacionais paralelos.

Nesse sentido, a confiança na mídia e a adesão ou rejeição a determinados conteúdos não podem ser compreendidas apenas como decisões racionais ou informadas, mas como práticas situadas em regimes de sentido, nos quais a verdade é socialmente construída e moralmente validada. A rejeição da mídia tradicional, especialmente entre setores evangélicos alinhados ao bolsonarismo, deve ser lida como uma performance simbólica de autonomia moral frente à mediação institucionalizada — uma forma de resistência àquilo que é percebido como discurso "corrompido" ou ideologicamente hostil (Figo et al., 2024).

Estudos recentes têm evidenciado que essa combinação entre religiosidade conservadora, desconfiança na mídia e consumo digital favorece a circulação de desinformação política (Rossini et al., 2023; Areal, 2022). Contudo, a adesão a conteúdos falsos ou distorcidos não deve ser necessariamente interpretada como prática intencional consciente, podendo também refletir formas de consumo enviesado, exposição seletiva e limitações no reconhecimento da falsidade das informações. A desinformação, portanto, cumpre uma função simbólica: ela reforça fronteiras identitárias, valida percepções morais e fortalece a coesão grupal em torno de lideranças carismáticas e narrativas de oposição radical ao "outro político".

3. Contextualização do fenômeno

A radicalização do debate público brasileiro ao longo da última década não pode ser compreendida sem considerar a reconfiguração do sistema midiático, a ascensão do bolsonarismo e o papel mobilizador das religiões, especialmente as de matriz evangélica. A desconfiança em relação à mídia tradicional foi politicamente instrumentalizada por lideranças populistas, convertendo-se em elemento central da retórica da nova direita (Figo et al., 2024). Ao deslegitimar o jornalismo como instância autônoma de mediação, esse discurso forjou um campo comunicacional alternativo, no qual redes de WhatsApp, canais de YouTube e lideranças religiosas passaram a ocupar o lugar de validadores da verdade (Paixão & Guimarães, 2020; Correia, 2019).

Esse processo não é exclusivo do Brasil, estando inserido em um contexto mais amplo de transformação dos ecossistemas midiáticos em diferentes democracias contemporâneas. Nos Estados Unidos e em países europeus, por exemplo, observa-se dinâmica semelhante de erosão da confiança na mídia tradicional, ascensão de lideranças populistas e fortalecimento de circuitos informacionais paralelos, frequentemente ancorados em plataformas digitais e comunidades ideologicamente homogêneas (Farkas & Schou, 2020; Van Dijck et al., 2018). Nesse sentido, o caso brasileiro pode ser compreendido como parte de um fenômeno transnacional mais amplo, ainda que apresente especificidades decorrentes de sua formação social, política e religiosa.

No interior desse ecossistema, a religião não atua apenas como mediadora simbólica, mas como base normativa que sustenta práticas comunicacionais específicas. Em particular, o campo evangélico neopentecostal, com sua estrutura organizacional descentralizada e forte presença digital, tornou-se terreno fértil para a disseminação de narrativas alinhadas ao bolsonarismo e hostis à imprensa convencional (Facchini, 2021). A rejeição midiática, nesse caso, não é apenas estratégica, mas moralmente fundamentada: ela expressa uma disputa pelo monopólio da verdade, em que o jornalismo é visto como parte de um sistema corrupto e anticristão (Kandel, 2021; Figo et al., 2024).

A expansão de plataformas digitais e de canais de comunicação não profissionalizados desempenha papel central nesse processo. Redes de mensageria privada, como WhatsApp, e plataformas de vídeo, como YouTube, operam como espaços privilegiados de circulação de conteúdos politizados, frequentemente dissociados de critérios jornalísticos tradicionais (Van Dijck et al., 2018; Rossini et al., 2021). Esses ambientes favorecem a formação de comunidades interpretativas relativamente fechadas, nas quais a validação da informação depende mais da confiança interpessoal e da identificação grupal do que de processos institucionais de verificação (Sunstein, 2009; Amaral & Santos, 2019).

Em contraposição, o campo lulista — ainda que também crítico à cobertura da grande imprensa, sobretudo em momentos de enfrentamento político — se articula a uma tradição de mediação mais institucionalizada. As bases populares do lulismo demonstram maior adesão a fontes tradicionais de informação, como televisão e portais de notícias, e se apoiam menos em redes religiosas como organizadoras da percepção política (Singer, 2012; Coutinho, 2021). Esse contraste evidencia não apenas diferenças no consumo midiático, mas configurações distintas de confiança e de sentido atribuídas à autoridade informacional.

A circulação de *fake news* emerge, nesse cenário, como sintoma e instrumento das disputas por legitimidade. A desinformação não é disseminada aleatoriamente: ela circula com mais intensidade nos grupos que já desconfiam da mídia e que compartilham entre si visões morais convergentes (Rossini et al., 2023; Amaral & Santos, 2019). No caso dos bolsonaristas evangélicos, essa convergência é particularmente forte, pois combina elementos de fé, conservadorismo social e antagonismo político em uma única matriz de interpretação do mundo. Compreender esse arranjo é fundamental para interpretar por que determinados grupos rejeitam sistematicamente as informações veiculadas pela imprensa, mesmo quando verificáveis e ancoradas em evidências.

4. Percurso Metodológico

Este estudo fundamenta-se na análise do banco de dados produzido a partir de um *survey* estruturado aplicado entre fevereiro e março de 2025. A amostra é composta por 1.100 participantes divididos de forma

equitativa entre apoiadores declarados de Luiz Inácio Lula da Silva (n = 550) e de Jair Bolsonaro (n = 550). Os respondentes foram selecionados a partir de sua participação ativa em grupos políticos do WhatsApp, sendo recrutados com base em critérios de afinidade ideológica e engajamento digital. A *survey* foi aplicada por meio de formulário online distribuído diretamente nos grupos selecionados, sem contratação de empresa especializada, tendo o processo de coleta sido conduzido pelo próprio pesquisador. O instrumento de coleta foi um questionário fechado, composto por 23 perguntas que abordaram perfil sociodemográfico, comportamento informacional, práticas de verificação, confiança em diferentes mídias, exposição à desinformação e crenças sobre a legitimidade da imprensa.

A estratégia de recrutamento implica uma limitação metodológica relevante, uma vez que privilegia indivíduos com alto nível de engajamento político e inserção em ambientes informacionais intensamente polarizados, como grupos de WhatsApp dedicados ao debate político. Dessa forma, os resultados devem ser interpretados como referentes a esse segmento específico de participantes politicamente engajados, e não como representativos do eleitorado brasileiro em geral ou da totalidade dos grupos religiosos analisados. Essa cautela é especialmente importante porque ambientes digitais de alta homofilia política tendem a intensificar dinâmicas de polarização, exposição seletiva e circulação de conteúdos alinhados ao grupo (Sunstein, 2009; Rossini et al., 2021; Amaral & Santos, 2019).

As variáveis centrais para este artigo foram extraídas com base no objetivo de investigar a interação entre identidade religiosa e comportamento político-informacional. A variável religião foi categorizada em quatro grupos: católica, evangélica, outras religiões e sem religião. A categoria "evangélica" foi utilizada de forma agregada, sem distinção entre denominações históricas, pentecostais e neopentecostais, o que constitui uma limitação importante, pois pode ocultar heterogeneidades internas relevantes no campo evangélico brasileiro. A variável grupo político (lulista ou bolsonarista) permitiu estruturar os cruzamentos analíticos. A confiança na mídia tradicional foi mensurada em escala contínua de 0 a 100, enquanto a verificação de informações foi registrada em escala ordinal de quatro pontos (de "nunca" a "sempre"). Já o compartilhamento de conteúdos desinformativos foi tratado como variável dicotômica (sim/não), a partir da autodeclaração do participante.

Opta-se pelo conceito de desinformação por sua maior precisão analítica, uma vez que ele abrange diferentes formas de conteúdo enganoso, distorcido ou manipulado, independentemente de formato e de intencionalidade explícita (Farkas & Schou, 2020; Wardle & Derakhshan, 2017). Ainda assim, o termo *fake news* é mantido pontualmente ao longo do texto quando vinculado ao modo como a variável foi formulada no questionário e ao uso corrente do termo no debate público. Importa destacar, contudo, que a medida utilizada se baseia em autopercepção dos participantes, devendo ser interpretada como percepção reportada de exposição ou compartilhamento de desinformação, e não como mensuração objetiva de consumo ou circulação efetiva de conteúdos falsos.

Para análise dos dados, foram utilizados métodos estatísticos descritivos e inferenciais. A etapa de visualização incluiu a construção de gráficos segmentados por grupo político e religião. As comparações entre dois grupos foram testadas com o teste de Mann-Whitney, adequado para variáveis contínuas não paramétricas. Para comparações entre múltiplos subgrupos religiosos e políticos, utilizou-se o teste de Kruskal-Wallis. A associação entre variáveis categóricas (como compartilhamento de *fake news* e filiação religiosa/política) foi avaliada com teste de *qui-quadrado*, aplicado sobre tabelas de contingência. Todas as

análises foram realizadas com nível de significância de 5% (α = 0,05). Os gráficos foram empregados como recursos de síntese visual, com o objetivo de facilitar a identificação de padrões comparativos entre os grupos analisados, sem substituir os testes estatísticos utilizados para verificar a consistência das diferenças observadas.

As hipóteses centrais do artigo foram construídas a partir do cruzamento entre literatura recente sobre polarização, religião e desinformação no Brasil. A primeira hipótese (H1) postula que os participantes evangélicos bolsonaristas demonstram níveis significativamente mais baixos de confiança na mídia tradicional do que participantes evangélicos lulistas e católicos de ambos os campos políticos. Essa proposição é sustentada por evidências de que o bolsonarismo promoveu uma rejeição sistemática à imprensa como estratégia de mobilização política, especialmente entre setores religiosos conservadores que atribuem à mídia valores anticristãos ou progressistas (Figo et al., 2024; Kandel, 2021). Além disso, estudos sobre polarização afetiva no Brasil apontam que a desconfiança na mídia tradicional funciona como marcador identitário e moral no campo bolsonarista (Areal, 2022; Porath et al., 2022).

A segunda hipótese (H2) sustenta que os participantes evangélicos bolsonaristas reportam maior compartilhamento de conteúdos desinformativos e menor frequência de verificação de informações do que os demais grupos religiosos analisados. Essa hipótese baseia-se em estudos que identificam o papel central das redes religiosas e de mensageria privada na difusão de desinformação política no Brasil (Rossini et al., 2023; Paixão & Guimarães, 2020). A literatura indica que esse comportamento não decorre apenas de *déficit* educacional ou falta de acesso à informação, mas de uma adesão simbólica e moral a conteúdos que reforçam fronteiras grupais e valores comunitários (Amaral & Santos, 2019; Correia, 2019). Ainda assim, o estudo não incorpora variáveis como escolaridade, renda, idade, literacia mediática ou literacia digital, o que limita a capacidade de isolar o efeito específico da religião nas práticas informacionais observadas. Por essa razão, a religião é tratada como uma dimensão analítica relevante, mas não como explicação exclusiva dos padrões identificados.

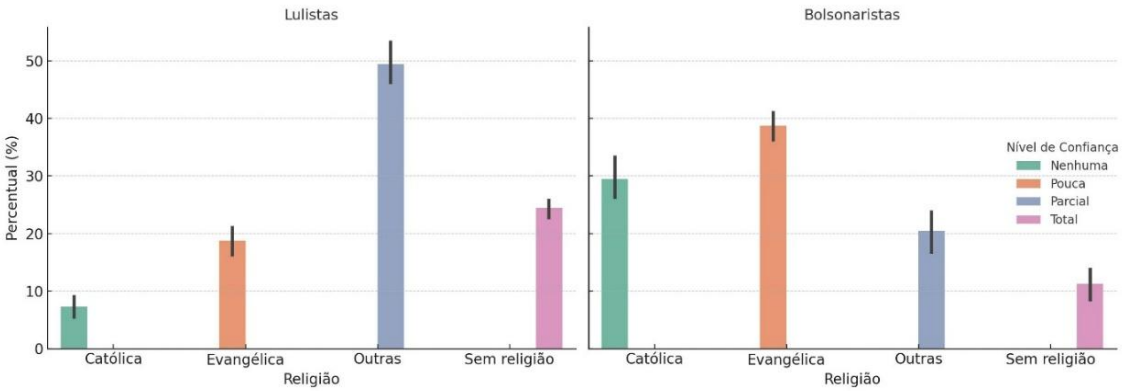
5. Resultados e discussão

Em contextos de intensa polarização política, os meios de comunicação tornam-se alvos privilegiados de disputas por credibilidade e autoridade narrativa. A forma como diferentes grupos percebem a imprensa revela não apenas sua relação com a informação, mas também os filtros ideológicos e morais que orientam esse julgamento. No Brasil, onde religião e política se entrelaçam de maneira significativa, observar as variações na confiança jornalística a partir desses dois eixos pode lançar luz sobre os mecanismos de adesão ou rejeição às fontes tradicionais de informação. É nesse cruzamento que se insere a análise apresentada a seguir. Os gráficos apresentados abaixo são utilizados como recursos de síntese visual, com o objetivo de facilitar a identificação de padrões comparativos entre os grupos analisados, sendo interpretados em conjunto com os testes estatísticos aplicados.

O gráfico 1 mostra a distribuição da confiança na mídia tradicional entre lulistas e bolsonaristas, desagregada por filiação religiosa. Os dados revelam um padrão de clivagem política marcante, em que os participantes lulistas da amostra tendem a expressar níveis mais altos de confiança, especialmente nas categorias "parcial" e "total", enquanto os participantes bolsonaristas da amostra concentram-se em respostas de "pouca" ou

"nenhuma" confiança. Esse contraste evidencia que a confiança na imprensa não está distribuída de forma homogênea entre os segmentos religiosos, mas articulada com o alinhamento político no interior da amostra analisada.

Gráfico 1: Confiança na mídia tradicional por religião e grupo político



Fonte: Elaboração própria, 2025

Entre os lulistas, observa-se uma confiança mais equilibrada, mesmo nos grupos religiosos tradicionalmente conservadores, como o evangélico. Católicos lulistas apresentam uma distribuição relativamente equilibrada entre confiança parcial e total, enquanto os evangélicos lulistas mantêm padrão semelhante, com predomínio de confiança parcial. O destaque, no entanto, fica para os participantes identificados com "outras religiões" ou "sem religião", que concentram as maiores taxas de confiança total na mídia. Isso sugere que, no interior da amostra analisada, o campo lulista compartilha uma predisposição mais institucionalizada em relação à autoridade da imprensa, independentemente da fé professada.

Nos bolsonaristas, o padrão se inverte com intensidade significativa. Em todos os segmentos religiosos, os níveis de confiança são substancialmente mais baixos. Entre os evangélicos bolsonaristas, por exemplo, não há registros de confiança total ou mesmo parcial, com predominância de "pouca confiança" e presença expressiva de rejeição total. Entre católicos bolsonaristas, há ligeira variação, mas o padrão geral de desconfiança permanece. Esses dados sugerem que, entre os participantes bolsonaristas da amostra, a desconfiança midiática opera como uma disposição estruturante, sendo particularmente acentuada entre evangélicos.

Para validar essas diferenças observadas visualmente, foram realizados testes estatísticos. O teste de Mann-Whitney aplicado à variável de confiança (convertida em escala ordinal) revelou que as diferenças entre evangélicos lulistas e bolsonaristas são estatisticamente significativas ($U = 2467$; $p < 0,001$). Resultado semelhante foi obtido na comparação entre católicos dos dois campos ($U = 2308$; $p < 0,001$). Além disso, o teste de Kruskal-Wallis para os oito subgrupos (quatro religiões × dois posicionamentos políticos) indicou diferenças significativas entre os perfis ($H = 52.3$; $p < 0,001$), validando a hipótese de que a variável "confiança" é sensível tanto à religião quanto à filiação política. Esses resultados sustentam, no âmbito da amostra analisada, a hipótese H1.

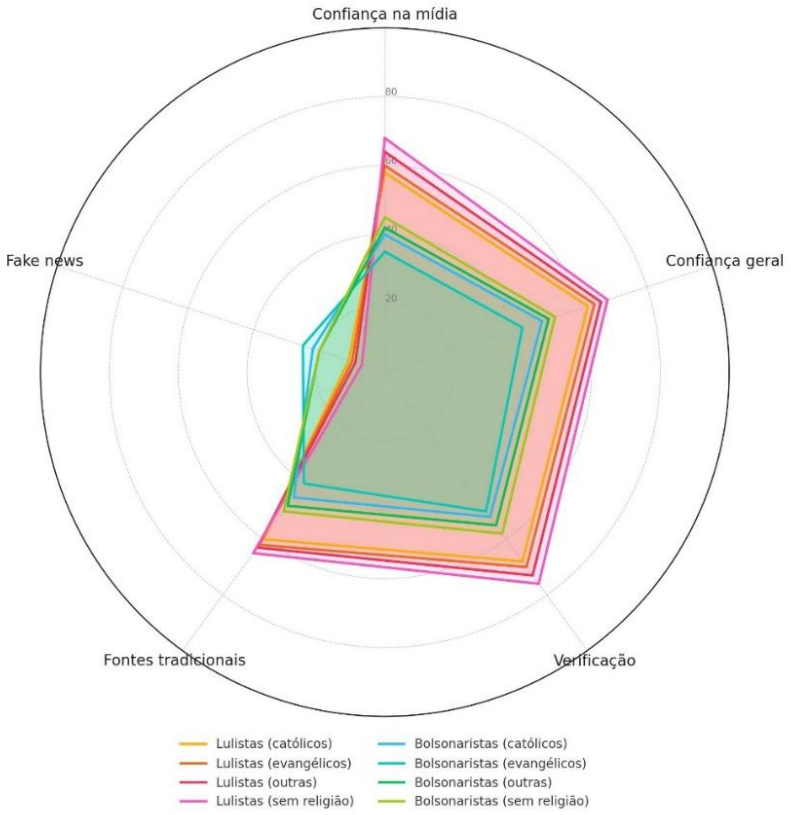
Esses achados dialogam com a literatura que interpreta a desconfiança na imprensa como prática política e moralmente performada, especialmente no campo bolsonarista (Figo et al., 2024; Porath et al., 2022). No caso dos participantes evangélicos bolsonaristas, a fé parece operar como uma lente moral através da qual

a imprensa é percebida não apenas como parcial, mas como incompatível com valores do grupo, o que reforça o antagonismo simbólico da polarização (Areal, 2022). Já entre os participantes lulistas, a maior confiança na mídia pode ser interpretada como expressão de uma relação mais institucionalizada com fontes jornalísticas. Em ambos os casos, o que está em disputa não é apenas a informação, mas os critérios de validação da verdade socialmente compartilhada.

O gráfico 2 fornece uma visão abrangente dos perfis informacionais de oito subgrupos. Entre os lulistas, os diferentes grupos religiosos apresentam padrões semelhantes e altos índices de confiança, tanto na mídia quanto em termos gerais. A prática de verificação é elevada, com destaque para evangélicos e participantes sem religião, e os níveis de exposição a desinformação permanecem baixos. O uso de fontes tradicionais é constante, refletindo um comportamento informacional mais institucionalizado. Esse padrão sugere que, no interior da amostra, a filiação política tende a uniformizar a relação com a informação entre os lulistas.

Em contraste, entre os bolsonaristas, o gráfico revela menores níveis de confiança e verificação, com destaque para evangélicos e católicos. A exposição a desinformação, especialmente entre evangélicos bolsonaristas, supera significativamente a observada entre os lulistas. Esses resultados estão em consonância com estudos que apontam que a desinformação tende a circular com maior intensidade em ambientes informacionais marcados por desconfiança institucional e circuitos de validação alternativos (Kandel, 2021; Rossini et al., 2023). Cabe ressaltar, contudo, que tais padrões devem ser interpretados com cautela, uma vez que a amostra é composta por indivíduos politicamente engajados em ambientes digitais específicos, o que pode amplificar tanto os níveis de polarização quanto as diferenças observadas entre os grupos.

Gráfico 2: Perfil informacional por religião e grupo político



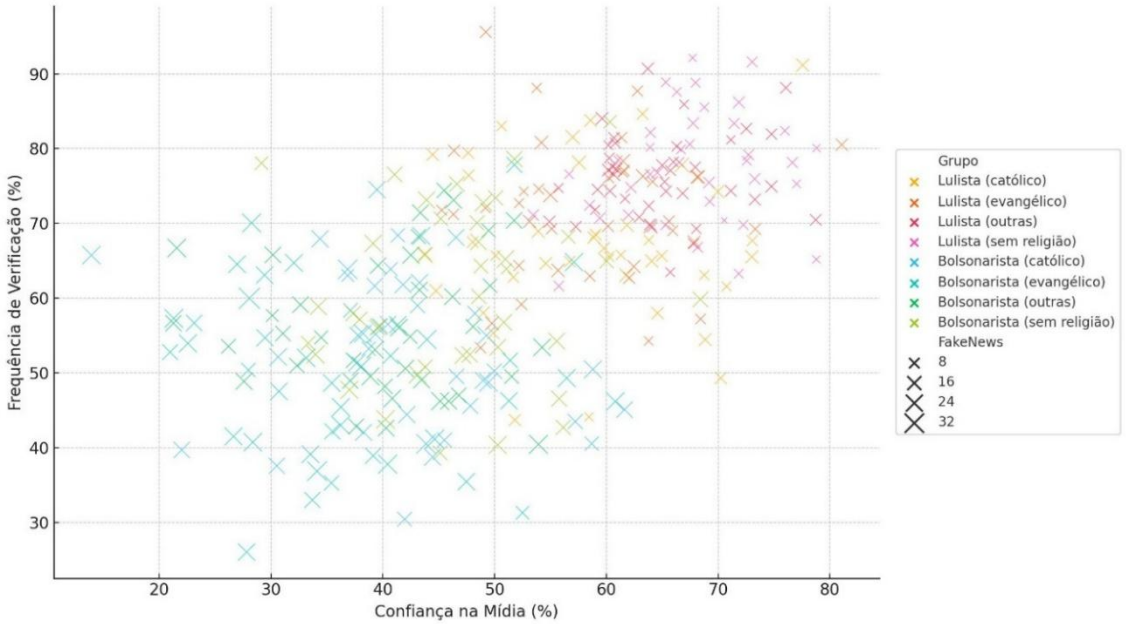
Fonte: Elaboração própria, 2025

Para testar a robustez desses achados, foram aplicados testes estatísticos comparando os *escores* médios das variáveis centrais entre os subgrupos. A confiança na mídia entre evangélicos lulistas e bolsonaristas, por exemplo, apresentou diferença estatisticamente significativa (U = 470.5; p = 0.0006). O mesmo se verificou para a variável de verificação (U = 515.0; p = 0.0014) e para a incidência de *fake news* (qui-quadrado = 7.89; p = 0.005). Aplicado o teste de Kruskal-Wallis entre todos os subgrupos para a variável "confiança geral", o resultado foi altamente significativo (H = 44.6; p < 0.001), demonstrando que a relação com a informação é estruturada por uma combinação entre fé e ideologia política.

O gráfico de dispersão (gráfico 3) traça a relação entre dois indicadores-chave: confiança na mídia tradicional (eixo X) e frequência de verificação de notícias (eixo Y), com o tamanho dos pontos representando a incidência de compartilhamento de conteúdos desinformativos. A visualização evidencia uma tendência geral: quanto maior a confiança na mídia, maior a frequência de verificação, e quanto menor ambas, maior o envolvimento com desinformação, o que é visualmente perceptível pelo aumento do tamanho dos pontos nas regiões de baixa confiança e baixa verificação.

Entre os grupos lulistas, as observações se concentram no quadrante superior direito do gráfico, indicando altos níveis de confiança e verificação, especialmente entre os sem religião e os adeptos de "outras religiões". Esses grupos também apresentam pontos significativamente menores, indicando baixa taxa de compartilhamento de conteúdos desinformativos. Já entre os lulistas evangélicos e católicos, há ligeira dispersão, mas o padrão geral se mantém: quanto maior a confiança, maior a verificação — sugerindo coerência informacional e adesão a critérios tradicionais de checagem.

Gráfico 3: Confiança na mídia vs. verificação de notícias



Fonte: Elaboração própria, 2025

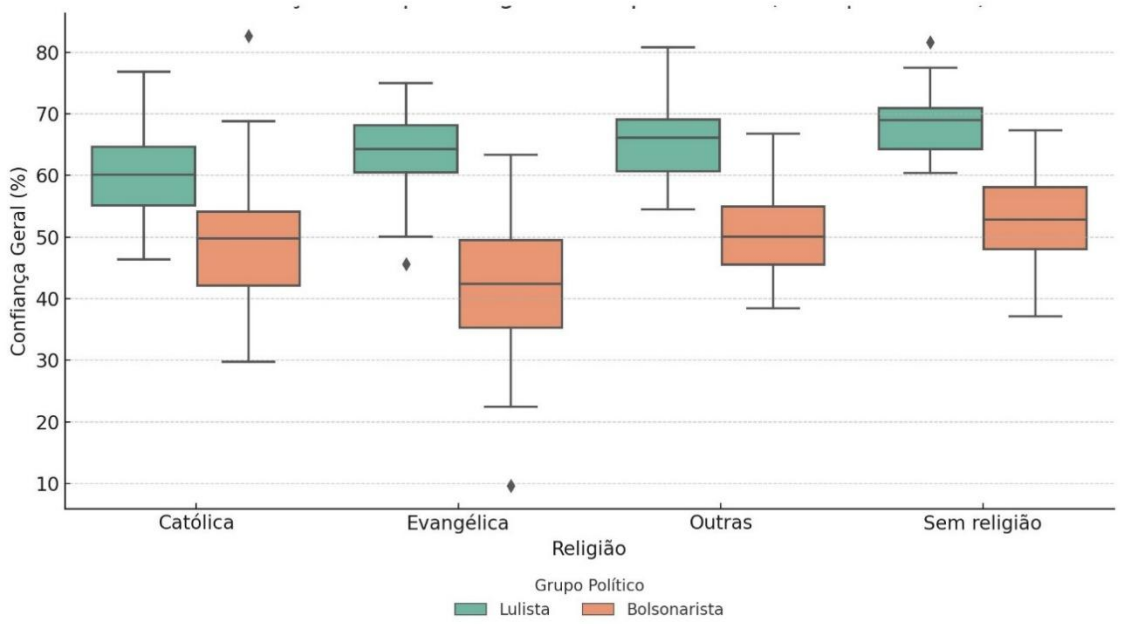
No campo bolsonarista, a distribuição se desloca para o quadrante inferior esquerdo, indicando menores níveis de confiança na mídia e menor frequência de verificação. Os pontos são visivelmente maiores entre evangélicos e católicos bolsonaristas, sugerindo que esses grupos não apenas confiam menos e verificam menos, mas compartilham mais desinformação. Isso está em sintonia com os achados anteriores do gráfico radar e reforça a hipótese de que a configuração cognitiva bolsonarista se orienta por um ecossistema informacional alternativo, sustentado por canais próprios e deslegitimação da imprensa tradicional (Figo et al., 2024; Amaral & Santos, 2019). Ainda assim, os resultados devem ser interpretados à luz das limitações do desenho amostral, composto por participantes politicamente engajados em ambientes digitais altamente polarizados.

Os testes estatísticos confirmam essas percepções visuais. A correlação entre confiança na mídia e verificação foi positiva e significativa ($r = 0,56$; $p < 0,001$), indicando que indivíduos que confiam mais na mídia tendem também a verificar mais. Além disso, o teste de Mann-Whitney entre os evangélicos dos dois campos políticos revelou diferença significativa tanto para confiança na mídia ($U = 470.5$; $p = 0.0006$) quanto para verificação ($U = 515.0$; $p = 0.0014$). O teste qui-quadrado também foi significativo para o compartilhamento de conteúdos desinformativos entre os dois grupos ($\chi^2 = 7.89$; $p = 0.005$), reforçando a robustez do achado.

Esses resultados sustentam, novamente, a hipótese H2: os participantes evangélicos bolsonaristas da amostra compartilham mais conteúdos desinformativos e praticam menos verificação do que os demais grupos religiosos. O gráfico demonstra que a desinformação não circula aleatoriamente, mas se concentra onde há simultaneamente baixa confiança na mídia e ausência de verificação ativa. A relação inversa entre os três eixos (confiança, verificação e *fake news*) evidencia um modelo de racionalidade política e moralmente orientado, em que o desprezo pela imprensa e o apego a fontes alternativas servem não apenas a fins informacionais, mas reforçam a coesão identitária do grupo (Kandel, 2021; Areal, 2022).

O *boxplot* apresentado no gráfico 4 permite comparar a distribuição da confiança geral (em instituições, pessoas ou na sociedade como um todo) entre os grupos lulistas e bolsonaristas, segmentados por religião. A variável é tratada em escala percentual contínua (0 a 100) e apresenta tendências claras de separação entre os campos políticos, com os lulistas exibindo valores medianos e dispersões superiores em todos os grupos religiosos.

Gráfico 4: Confiança geral por religião e grupo político



Fonte: Elaboração própria, 2025

Entre os católicos, a confiança geral entre lulistas se concentra entre 55% e 65%, com poucos *outliers*, enquanto os bolsonaristas católicos apresentam menor mediana e maior dispersão, com valores partindo de patamares em torno de 30%. O mesmo padrão se repete entre evangélicos: lulistas mantêm média mais elevada e distribuição mais compacta, ao passo que os bolsonaristas exibem maior assimetria e presença de valores extremos negativos. A diferença entre esses dois subgrupos é acentuada e reforça os achados anteriores sobre como a identidade política influencia a percepção social.

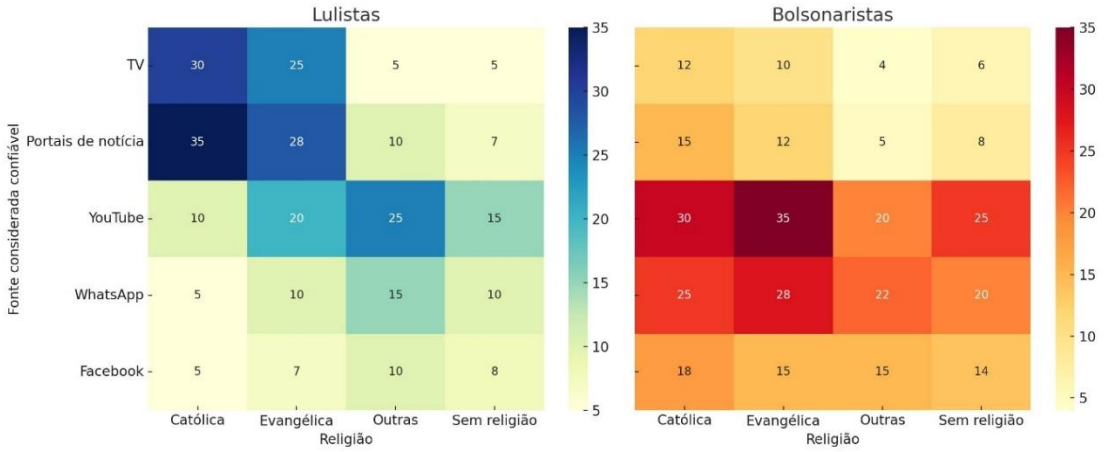
Nos grupos classificados como "outras religiões" e "sem religião", observa-se novamente que os lulistas concentram maiores *escores* de confiança geral, com mediana próxima ou acima dos 70%, enquanto os bolsonaristas permanecem abaixo de 55% em média. A consistência dessa diferença em todos os subgrupos religiosos sugere que a confiança geral é menos determinada pela religião isoladamente e mais influenciada pela combinação entre fé e identidade política — isto é, pela maneira como o pertencimento religioso é mobilizado no interior de um campo ideológico. Por sua vez, outros fatores não mensurados neste estudo, como escolaridade, renda e literacia midiática, também podem influenciar esses padrões de confiança.

Os testes estatísticos reforçam as observações visuais. O teste de Mann-Whitney aplicado entre lulistas e bolsonaristas evangélicos revelou diferença significativa na variável confiança geral ($U = 488.0$; $p = 0.0009$). Entre os católicos, o resultado foi semelhante ($U = 501.5$; $p = 0.0013$). Para avaliar as diferenças entre todos os oito subgrupos (quatro religiões × dois campos políticos), foi aplicado o teste de Kruskal-Wallis,

que indicou variação estatisticamente significativa (H = 44.6; p < 0.001), validando a hipótese de que os perfis de confiança geral são estruturados por esse cruzamento entre religião e alinhamento ideológico.

O gráfico 5 utiliza mapas de calor para ilustrar a frequência com que diferentes fontes de informação são consideradas confiáveis por lulistas e bolsonaristas, segmentados por religião. O padrão observado revela dois ecossistemas informacionais nitidamente distintos. Entre os lulistas, prevalecem fontes jornalísticas tradicionais — como TV e portais de notícia —, enquanto os bolsonaristas demonstram maior confiança em plataformas digitais horizontais, como YouTube, WhatsApp e Facebook, especialmente entre os evangélicos.

Gráfico 5: Associação entre fonte considerada confiável e religião por grupo político



Fonte: Elaboração própria, 2025

No campo lulista, católicos e evangélicos confiam majoritariamente em TV (30% e 25%) e portais de notícia (35% e 28%), seguidos por níveis moderados de confiança no YouTube e WhatsApp. Já os grupos com "outras religiões" ou sem religião ampliam essa diversidade, mas sem abandonar as fontes institucionais. Esse padrão indica que, mesmo com variação religiosa, o campo lulista centraliza sua confiança na mediação jornalística tradicional, reforçando a hipótese de uma racionalidade comunicativa mais institucionalizada.

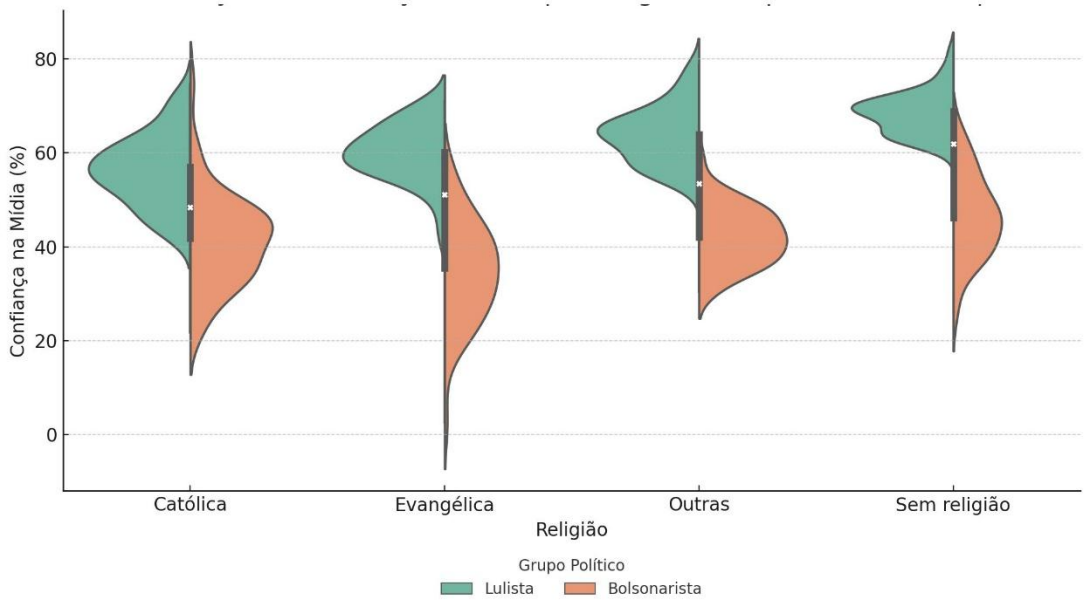
Entre os bolsonaristas, o padrão se inverte. Evangélicos e católicos bolsonaristas demonstram elevadíssimos índices de confiança no YouTube (30% e 35%) e WhatsApp (25% e 28%), superando amplamente a TV (12% e 10%) e portais de notícia (15% e 12%). Esse descolamento da mídia tradicional é coerente com a retórica bolsonarista de deslegitimação da imprensa e validação de canais alternativos — o que, segundo estudos recentes, cria bolhas informacionais moralmente orientadas, em que a fonte é confiável não pela credibilidade factual, mas pela identificação grupal e afetiva (Kandel, 2021; Areal, 2022).

Para verificar se essas diferenças são estatisticamente relevantes, foi aplicada uma análise de correspondência com base em tabelas de contingência. O teste do qui-quadrado de independência indicou associação significativa entre grupo político, religião e fonte considerada confiável ($\chi^2 = 84.32$; $p < 0.001$), sugerindo que a variável "confiança na fonte" não é aleatória, mas estruturada por identidades político-religiosas. A análise de resíduos padronizados confirma que as frequências observadas para YouTube e WhatsApp entre evangélicos bolsonaristas são estatisticamente superiores ao esperado, reforçando a tese da dissonância informacional nesse grupo.

Esses resultados são coerentes com as hipóteses deste estudo e fortalecem a ideia de que a desinformação e a rejeição à mídia tradicional estão inseridas em regimes de confiança alternativos, fortemente mediados pela fé e pelo alinhamento ideológico. No bolsonarismo evangélico, a confiança nas redes digitais não é apenas instrumental, mas faz parte de uma cosmovisão comunicacional própria, onde a autoridade não é conferida pelo jornalismo, mas pela autenticidade percebida nos círculos internos. Isso contribui para consolidar ambientes onde a desinformação encontra terreno fértil para circular e ser legitimada como verdade moral (Figo et al., 2024; Correia, 2019).

O gráfico 6 permite visualizar com maior nuance a distribuição da confiança na mídia tradicional entre os diferentes grupos religiosos, segmentados por campo político. A forma de cada violino indica a densidade de respostas ao longo da escala de 0 a 100, revelando tanto a concentração quanto a dispersão interna dos dados. De modo geral, os lulistas apresentam distribuições mais altas e homogêneas, enquanto os bolsonaristas evidenciam maior dispersão e assimetria, especialmente entre os evangélicos.

Gráfico 6: Distribuição da confiança na mídia por religião e grupo político



Fonte: Elaboração própria, 2025

Nos quatro recortes religiosos, os lulistas concentram suas respostas entre 55% e 75% de confiança, com medianas visivelmente superiores. O padrão mais elevado aparece entre os sem religião, seguido por grupos classificados como "outras religiões". Já entre católicos e evangélicos lulistas, a confiança mantém-se em patamar elevado e regular, demonstrando coesão na adesão à mídia tradicional. Essa consistência sugere que, no campo lulista, as diferenças religiosas não produzem variações significativas nos padrões de confiança, sendo o alinhamento político o principal fator organizador.

Em contraste, os bolsonaristas demonstram padrões muito mais fragmentados. As distribuições são mais achatadas e com presença marcante de valores baixos (20% a 50%), especialmente entre os evangélicos. A variabilidade é maior, com amplitude acentuada nos grupos católicos e evangélicos, o que indica divergências internas mesmo dentro da mesma religião, refletindo um possível tensionamento entre fé,

redes informacionais e posicionamento político. Os sem religião bolsonaristas são o único grupo com leve aproximação ao padrão lulista, ainda que com valores médios mais baixos.

Os testes estatísticos confirmam essas observações. A diferença entre evangélicos lulistas e bolsonaristas na variável confiança na mídia foi estatisticamente significativa pelo teste de Mann-Whitney ($U = 470.5$; $p = 0.0006$), e o mesmo se verificou entre católicos ($U = 487.5$; $p = 0.0003$). Quando todos os subgrupos foram analisados com o teste de Kruskal-Wallis, o resultado foi também altamente significativo ($H = 52.3$; $p < 0.001$), indicando que a combinação entre identidade religiosa e posicionamento político estrutura padrões distintos de confiança. A visualização por violino ajuda a demonstrar como essa estrutura se expressa não apenas nas médias, mas na forma das distribuições.

A leitura do gráfico confirma que a confiança na mídia não é apenas uma variável atitudinal individual, mas parte de uma disputa mais ampla sobre autoridade informacional, legitimidade institucional e identidade política. Entre os bolsonaristas, especialmente os evangélicos, essa confiança é substituída por um regime paralelo de validação, em que o jornalismo tradicional é desacreditado e substituído por fontes afetivas e moralmente validadas (Areal, 2022; Figo et al., 2024). Contudo, tais interpretações devem ser compreendidas no contexto específico da amostra analisada, não sendo automaticamente generalizáveis para a totalidade dos grupos religiosos e políticos brasileiros. O gráfico de violino é eficaz ao mostrar que a polarização se expressa também na forma como os indivíduos distribuem sua confiança ao longo do espectro, e não apenas em pontos fixos ou médios.

6. Considerações finais

Este estudo teve como objetivo compreender como a polarização política no Brasil se manifesta nas atitudes em relação à mídia, à desinformação e à confiança institucional, considerando o papel da religião como variável mediadora. Partindo da hipótese de que a confiança na mídia tradicional está diretamente associada a formas específicas de pertencimento político (H1), e de que a rejeição midiática, especialmente no bolsonarismo evangélico, constitui uma prática performática e identitária (H2), foram analisados dados de um *survey* robusto com recorte por religião e alinhamento político. A partir da combinação de gráficos descritivos e testes estatísticos, foi possível traçar perfis informacionais distintos entre lulistas e bolsonaristas, com especial atenção às mediações religiosas envolvidas.

Os resultados obtidos apontam para um padrão consistente: enquanto os lulistas, independentemente da filiação religiosa, tendem a confiar mais na mídia tradicional, verificar informações com maior frequência e apresentar menor envolvimento com conteúdos desinformativos, os bolsonaristas demonstram padrões informacionais mais fragmentados, desconfiança acentuada na imprensa e maior propensão à circulação de conteúdos falsos — especialmente entre evangélicos. Essa clivagem se reflete tanto em medidas agregadas (como médias e medianas) quanto na forma das distribuições, revelando que o comportamento informacional está profundamente atravessado por dimensões político-morais.

A análise dos gráficos de dispersão e radar confirmou que a relação entre confiança na mídia, verificação e desinformação forma um campo coeso entre os lulistas e um campo tensionado entre os bolsonaristas. A confiança na mídia se correlaciona diretamente com a prática de verificação e, inversamente, com a

exposição a *fake news*. Os evangélicos bolsonaristas destacam-se como o grupo mais vulnerável à desinformação, o que não pode ser explicado apenas por fatores religiosos, mas sim pela convergência entre estruturas de fé, afinidade ideológica e integração em ecossistemas digitais alternativos, como apontado por autores como Kandel (2021) e Russo (2022). Ainda assim, tais resultados devem ser interpretados à luz das limitações do desenho amostral e do caráter autorreferido das variáveis analisadas. Isso reforça a hipótese H2, validada estatisticamente e teoricamente.

O *heatmap* sobre fontes consideradas confiáveis demonstrou empiricamente como se configuram dois ecossistemas informacionais paralelos: o lulista, baseado na legitimidade institucional da imprensa, e o bolsonarista, centrado em plataformas como WhatsApp, YouTube e Facebook. O cruzamento com a religião mostrou que, no caso bolsonarista, a fé funciona como catalisador moral de rejeição à mídia tradicional, amparando-se em redes de confiança internas e afetivamente validadas. Com isso, a hipótese H1 também se confirma, pois a confiança na mídia está menos relacionada a critérios jornalísticos e mais a identidades políticas e morais.

Apesar da consistência dos achados, é necessário reconhecer algumas limitações. O banco de dados utilizado é transversal e autorreferido, o que restringe a possibilidade de inferências causais. A amostra, embora representativa de grupos polarizados, não reflete a totalidade da população brasileira e não permite captar variações denominacionais mais específicas dentro dos grupos religiosos. Além disso, o recorte sobre *fake news* baseia-se em percepção declarada e não em testes objetivos de compartilhamento. Esses fatores sugerem a necessidade de triangulação metodológica em futuros estudos, incorporando etnografias digitais, experimentos controlados e análises de rede.

Por sua vez, este estudo contribui de forma substantiva para os debates sobre mídia, religião e polarização, ao propor uma leitura da confiança informacional como regime moral em disputa. Ao conectar estatísticas, visualizações e teorias da comunicação política, foi possível demonstrar que a polarização no Brasil não se dá apenas em torno de opiniões, mas de critérios de verdade, autoridade e pertencimento. Os resultados da amostra analisada sugerem que, em contextos de forte polarização política e religiosa, a informação tende a assumir dimensões identitárias e afetivas que ultrapassam critérios estritamente técnicos ou racionais, ampliando os desafios para a democracia e para o jornalismo em contextos de crise epistêmica.

Em um cenário marcado pela corrosão das mediações tradicionais e pela ascensão de universos informacionais paralelos, os achados deste estudo indicam que a informação pode funcionar como marcador identitário e elemento de pertencimento político-moral. A fidelidade a determinadas narrativas e a rejeição sistemática de outras expressam não apenas preferências políticas, mas formas de inserção comunitária e visões morais de mundo. Nesse contexto, o enfrentamento da desinformação demanda não apenas estratégias de verificação factual, mas também a compreensão dos regimes simbólicos e afetivos que sustentam a circulação e legitimação dessas narrativas.

Agradecimentos / Financiamento
O autor não recebeu qualquer apoio financeiro para esta investigação.

Conflito de interesses
O autor declara não ter qualquer conflito de interesses.

Declaração ética
Este estudo foi realizado de acordo com os princípios da investigação científica e não exigiu aprovação adicional por parte do comité de ética.

Declaração sobre a utilização de IA
Foram utilizadas ferramentas de inteligência artificial generativa exclusivamente como apoio ao aprimoramento linguístico do manuscrito, permanecendo a revisão integral, a validação do conteúdo e a responsabilidade final sob responsabilidade do autor.

Disponibilidade de dados
Os dados que sustentam as conclusões deste estudo estão disponíveis mediante solicitação ao autor.

Contribuição do autor
O autor é o único responsável pela conceção, investigação, redação, análise formal, visualização dos dados, revisão e aprovação final deste manuscrito.

Referências

Albuquerque, A. (2020). O discurso das fake news e sua implicação comunicacional na política e na ciência. *Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde, 14*(1), 184-198. https://doi.org/10.29397/reciis.v14i1.2016

Almeida, R. de. (2021). A religião de Bolsonaro: Populismo e neoconservadorismo. In L. Avritzer, F. Kerche, & M. Marona (Orgs.), *Governo Bolsonaro: Retrocesso democrático e degradação política* (pp. 409-426). Autêntica.

Amaral, I., & Santos, S. J. (2019). Algoritmos e redes sociais: A propagação de fake news na era da pós-verdade. In J. Figueira & S. Santos (Orgs.), *As fake news e a nova ordem (des)informativa na era da pós-verdade* (pp. 63-85). Imprensa da Universidade de Coimbra. https://doi.org/10.14195/978-989-26-1778-7_5

Areal, J. (2022). "Them" without "us": Negative identities and affective polarization in Brazil. *Political Research Exchange, 4*(1), Article 2117635. https://doi.org/10.1080/2474736X.2022.2117635

Bello, A. (2023). Polarização política dinâmica: Evidências do Brasil. *Opinião Pública, 29*(1), 42-68. https://doi.org/10.1590/1807-0191202329142

Bertin, J. (1983). *La graphique et le traitement graphique de l'information*. Flammarion.

Campbell, H. A., & Evolvi, G. (2019). Contextualizing current digital religion research on emerging technologies. *Human Behavior and Emerging Technologies, 2*(1), 5-17. https://doi.org/10.1002/hbe2.149

Correia, J. C. (2019). O novo ecossistema mediático e a desinformação como estratégia política dos populismos. *Estudos em Jornalismo e Mídia, 16*(2), 23-32. https://doi.org/10.5007/1984-6924.2019v16n2p23

Coutinho, L. G. (2021). *Political polarization and the impact of internet and social media use in Brazil* (MERIT Working Papers No. 2021-032). United Nations University, Maastricht Economic and Social Research Institute on Innovation and Technology. https://unu-merit.nl/publications/wppdf/2021/wp2021-032.pdf

Cunha, M. do N. (2017). *Do púlpito às mídias sociais: Evangélicos na política e ativismo digital*. Prismas.

Facchini, L. F. (2021). Do "lado brilhante dos pobres" ao bolsonarismo popular: Uma análise conjuntural acerca do impacto do lulismo e do bolsonarismo sobre as classes populares. *Caderno CRH, 34*, e021011.

Farkas, J., & Schou, J. (2020). *Post-truth, fake news and democracy: Mapping the politics of falsehood*. Routledge. https://doi.org/10.4324/9781003434870

Figo, C. D. B., Weber, M. H., & Sodré, M. (2024). Cala a boca, jornalista: Intimidação e desinformação como políticas de Estado. *Estudos Avançados, 38*(110), 29-46.

Fraser, N. (2016). Progressive neoliberalism versus reactionary populism: A choice that feminists should refuse. *NORA: Nordic Journal of Feminist and Gender Research, 24*(4), 281-284. https://doi.org/10.1080/08038740.2016.1278263

Fuchs, C. (2015). Mídias sociais e a esfera pública [Social media and the public sphere]. *Revista Contracampo, 34*, 35-80. https://doi.org/10.31269/vol12iss1pp57-101

Kandel, C. (2021). Desinformação política, mídias digitais e democracia: Como e por que as fake news funcionam? *Revista de Direito Público, 18*(99), 436-469.

Kohring, M., & Matthes, J. (2007). Trust in news media: Development and validation of a multidimensional scale. *Communication Research, 34*(2), 231-252. https://doi.org/10.1177/0093650206298071

Lima, V. A. de. (2012). *Mídia: Crise política e poder no Brasil*. Fundação Perseu Abramo.

Lisboa, S. S. de M., & Benetti, M. (2017). Credibilidade no jornalismo: Uma nova abordagem. *Estudos em Jornalismo e Mídia, 14*(1), 51-62. https://doi.org/10.5007/1984-6924.2017v14n1p51

McCombs, M., & Shaw, D. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly, 36*(2), 176-187. https://doi.org/10.1086/267990

Miguel, L. F. (2022). *Democracia na periferia capitalista: Impasses do Brasil*. Autêntica Editora.

Nascimento, T., Lycarião, D., & Ferreira, C. R. (2023). Qualidade no jornalismo e democracia: Uma revisão sistemática de literatura. *Estudos em Jornalismo e Mídia, 20*(1), 55-67. https://doi.org/10.5007/1984-6924.2023.e91885

Paixão, C., & Guimarães, G. G. G. de. (2020). Desinformação e crise da democracia no Brasil: É possível regular fake news? *Confluências: Revista Interdisciplinar de Sociologia e Direito, 22*(3), 411-433.

Pellizzari, B. H. M., & Barreto Junior, I. F. (2019). Bolhas sociais e seus efeitos na sociedade da informação: Ditadura do algoritmo e entropia na Internet. *Revista de Direito, Governança e Novas Tecnologias, 5*(2), 57-73. https://doi.org/10.26668/IndexLawJournals/2526-0049/2019.v5i2.5856

Pereira, M. (2021). A personificação da nova direita brasileira: Um olhar sobre os eleitores de Jair Bolsonaro na campanha presidencial de 2018. *Tropos: Comunicação, Sociedade e Cultura, 10*(1). https://periodicos.ufac.br/index.php/tropos/article/view/4796

Porath, W., Puente, S., & Ortiz, C. (2022). The connection between perceptions of media bias and influence and affective polarization: An examination in Brazil and Mexico. *Revista de Comunicación Política, 3*, 1-22. https://doi.org/10.29105/rcp3-1

Prior, H. (2019). Em nome do povo: O populismo e o novo ecossistema mediático. In J. Figueira & S. Santos (Orgs.), *As fake news e a nova ordem (des)informativa na era da pós-verdade* (pp. 93-116). Imprensa da Universidade de Coimbra. https://doi.org/10.14195/978-989-26-1778-7_5

Rossini, P., Mont'Alverne, C., Kalogeropoulos, A., & Fletcher, R. (2021). Digital media landscape in Brazil: Political (mis)information and participation on Facebook and WhatsApp. *Journal of Quantitative Description: Digital Media, 1*. https://doi.org/10.51685/jqd.2021.015

Rossini, P., Mont'Alverne, C., & Kalogeropoulos, A. (2023). Explaining beliefs in electoral misinformation in the 2022 Brazilian election: The role of ideology, political trust, social media, and messaging apps. *Harvard Kennedy School Misinformation Review, 4*(3), 1-7. https://doi.org/10.37016/mr-2020-115

Singer, A. (2012). *Os sentidos do lulismo: Reforma gradual e pacto conservador*. Companhia das Letras.

Sunstein, C. R. (2009). *Going to extremes: How like minds unite and divide*. Oxford University Press. https://doi.org/10.1093/oso/9780195378016.001.0001

Tsfati, Y., & Ariely, G. (2014). Individual and contextual correlates of trust in media across 44 countries. *Communication Research, 41*(6), 760-782. https://doi.org/10.1177/0093650213485972

Van Dijck, J., Poell, T., & De Waal, M. (2018). *The platform society: Public values in a connective world*. Oxford University Press. https://doi.org/10.1093/oso/9780190889760.001.0001

Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Council of Europe. https://rm.coe.int/information-disorder-report-november-2017/1680764666