



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS (UFG)
FACULDADE DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO (FIC)
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO (PPGCOM)

ALINE DOS SANTOS

Comunicação e radicalismo partidário no Brasil: hábitos de consumo de mídia,
bolhas informacionais e comportamento político extremista

GOIÂNIA
2025



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO

TERMO DE CIÊNCIA E DE AUTORIZAÇÃO (TECA) PARA DISPONIBILIZAR VERSÕES ELETRÔNICAS DE TESES

E DISSERTAÇÕES NA BIBLIOTECA DIGITAL DA UFG

Na qualidade de titular dos direitos de autor, autorizo a Universidade Federal de Goiás (UFG) a disponibilizar, gratuitamente, por meio da Biblioteca Digital de Teses e Dissertações (BDTD/UFG), regulamentada pela Resolução CEPEC nº 832/2007, sem ressarcimento dos direitos autorais, de acordo com a [Lei 9.610/98](#), o documento conforme permissões assinaladas abaixo, para fins de leitura, impressão e/ou download, a título de divulgação da produção científica brasileira, a partir desta data.

O conteúdo das Teses e Dissertações disponibilizado na BDTD/UFG é de responsabilidade exclusiva do autor. Ao encaminhar o produto final, o autor(a) e o(a) orientador(a) firmam o compromisso de que o trabalho não contém nenhuma violação de quaisquer direitos autorais ou outro direito de terceiros.

1. Identificação do material bibliográfico

Dissertação Tese Outro*: _____

*No caso de mestrado/doutorado profissional, indique o formato do Trabalho de Conclusão de Curso, permitido no documento de área, correspondente ao programa de pós-graduação, orientado pela legislação vigente da CAPES.

Exemplos: Estudo de caso ou Revisão sistemática ou outros formatos.

2. Nome completo do autor

Aline dos Santos

3. Título do trabalho

Comunicação e radicalismo partidário no Brasil: hábitos de consumo de mídia, bolhas informacionais e comportamento político extremista

4. Informações de acesso ao documento (este campo deve ser preenchido pelo orientador)

Concorda com a liberação total do documento SIM NÃO¹

[1] Neste caso o documento será embargado por até um ano a partir da data de defesa. Após esse período, a possível disponibilização ocorrerá apenas mediante:

a) consulta ao(à) autor(a) e ao(à) orientador(a);

b) novo Termo de Ciência e de Autorização (TECA) assinado e inserido no arquivo da tese ou dissertação.

O documento não será disponibilizado durante o período de embargo.

Casos de embargo:

- Solicitação de registro de patente;
- Submissão de artigo em revista científica;
- Publicação como capítulo de livro;
- Publicação da dissertação/tese em livro.

Obs. Este termo deverá ser assinado no SEI pelo orientador e pelo autor.



Documento assinado eletronicamente por **Magno Luiz Medeiros Da Silva, Professor do Magistério Superior**, em 14/01/2026, às 11:23, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Aline Dos Santos, Discente**, em 14/01/2026, às 11:42, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.ufg.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **5906586** e o código CRC **292A9A9B**.

ALINE DOS SANTOS

Comunicação e radicalismo partidário no Brasil: hábitos de consumo de mídia, bolhas informacionais e comportamento político extremista

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM), da Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás (FIC/UFG) como requisito para a obtenção do título de Mestra em comunicação.

Área de concentração: Comunicação, Cultura e Cidadania

Linha de pesquisa: Mídia e Cidadania

Orientador: Professor Dr. Magno Luiz Medeiros da Silva.

Coorientador: Professor Dr. Pedro Santos Mundim

GOIÂNIA
2025

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor, através do Programa de Geração Automática do Sistema de Bibliotecas da UFG.

Santos, Aline dos

Comunicação e radicalismo partidário no Brasil: [Manuscrito]: hábitos de consumo de mídia, bolhas informacionais e comportamento político extremista / Aline dos Santos. - 2025.
CXX, 120 f.: 2025

Orientador: Prof. Dr. Magno Luiz Medeiros da Silva; co-orientador: Dr. Pedro Santos Mundim

Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Goiás, Faculdade de Informação e Comunicação (FIC), Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Goiânia, 2025.

Bibliografia.

Inclui: siglas, tabelas, lista de figuras, lista de tabelas.

1. Radicalismo Partidário. 2. Polarização Política. 3. Consumo de Mídia. 4. Polarização Afetiva. 5. Comportamento Político Extremista.

I. da Silva , Magno Luiz Medeiros , orient. II. Mundim, Pedro Santos, co-orient. III. Título.

CDU 007



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO
ATA DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO

Ata nº **39/2025** da sessão de defesa de dissertação de **Aline dos Santos**, que confere o título de Mestra em Comunicação, na área de concentração em Comunicação, Cultura e Cidadania.

Aos dezoito dias de dezembro de dois mil e vinte e cinco, a partir da catorze horas, realizou-se a sessão pública de defesa da dissertação intitulada “**Comunicação e radicalismo partidário no Brasil: hábitos de consumo de mídia, bolhas informacionais e comportamento político extremista**”. Os trabalhos foram instalados pelo orientador, Professor Doutor Magno Luiz Medeiros da Silva (PPGCOM/FIC/UFG), com a participação dos demais membros da banca examinadora: Professor Doutor Luiz Antônio Signates Freitas (PPGCOM/FIC/UFG), avaliador titular interno, e Professor Doutor Felipe de Moraes Borba (PPGCP/UNIRIO), avaliador titular externo, com a participação de todos por webconferência. Durante a arguição, os membros da banca não fizeram sugestão de alteração do título do trabalho. A banca reuniu-se em sessão secreta a fim de concluir a avaliação da dissertação, tendo sido a candidata **aprovada**. Proclamados os resultados pelo Professor Doutor Magno Luiz Medeiros da Silva, presidente da banca, foram encerrados os trabalhos e, para constar, lavrou-se a presente ata, que é assinada pelos membros da banca examinadora.

TÍTULO SUGERIDO PELA BANCA



Documento assinado eletronicamente por **Magno Luiz Medeiros Da Silva, Professor do Magistério Superior**, em 18/12/2025, às 15:27, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Luiz Antonio Signates Freitas, Professor do Magistério Superior**, em 18/12/2025, às 15:31, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Felipe de Moraes Borba, Usuário Externo**, em 19/12/2025, às 12:31, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.ufg.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **5844977** e o código CRC **21395EB9**.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus por me conduzir com sabedoria para a realização deste mestrado. A toda a minha família, em especial à minha irmã, Jéssica, e ao meu noivo, João Vitor, por todo apoio durante essa jornada de desenvolvimento e em todas as etapas da minha vida. Agradeço também à minha mãe, Ivoneide; aos meus irmãos Núbia, Giullia, William e André. Aos meus avós Demóstenes e Arcanja (in memoriam), que, com leveza e amor, me acolheram e me estimularam a realizar o meu sonho de fazer a graduação em Comunicação Social, com habilitação em jornalismo. Estendo meus agradecimentos à minha amiga e parceira de profissão, Naiclea, que me apoiou desde o dia em que nos conhecemos e me estimula continuamente.

Ao meu orientador, Magno Medeiros, externo meus agradecimentos pelo incentivo, paciência, estímulo à melhoria contínua e ensinamentos durante o desenvolvimento da minha dissertação. A sua condução humana, respeitosa e extremamente profissional tornou essa formação ainda mais significativa.

Meus sinceros agradecimentos ao meu coorientador, Pedro Mundim, que não mediu esforços para me auxiliar em todos os aspectos do desenvolvimento da dissertação. Com muita prestatividade e dedicação, me ajudou a enxergar novas possibilidades.

Ao corpo docente e administrativo do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Goiás e a todos os professores que contribuíram para a minha formação durante este período, em especial à Gabriela Marques (UFG) e ao Felipe Borba (Unirio), que forneceram percepções importantes para o aperfeiçoamento do resultado da minha dissertação.

Por fim, externo meus agradecimentos à Capes pela disponibilização de recursos financeiros para a realização desta dissertação.

RESUMO

A dissertação investiga a relação entre os hábitos de consumo de mídia e o radicalismo partidário no Brasil, com o propósito de identificar como esses ecossistemas midiáticos, incluindo as redes sociais, podem viabilizar o crescimento de comportamentos políticos extremistas. Para isto, recorre à abordagem quantitativa com a análise de dados do *survey* de opinião “Polarização política-UnB”, realizado no período de 12 a 21 de junho de 2024, com uma amostra total de 2.506 entrevistas presenciais. Inicialmente, faz-se a contextualização do tema, a problematização, a apresentação da hipótese, dos objetivos e da justificativa para a realização da pesquisa, com a exposição de fatos recentes acerca do Brasil. Em seguida, apresenta-se o referencial teórico, destacando-se alguns conceitos importantes, como: polarização política, radicalismo partidário, mídia e cidadania. Também são apresentadas informações sobre a exposição seletiva, as câmaras de eco e as bolhas de informação. Na sequência, são apresentados os resultados dos modelos de regressão linear e logística, que foram aplicados a uma subamostra de 1.221 pessoas, que consiste no grupo que respondeu às questões sobre violência política. O Telegram apresentou significância estatística nos dois cenários, indicando que fenômenos como bolhas informacionais, câmaras de eco e exposição seletiva podem contribuir para o crescimento de comportamentos políticos extremistas. O Jornal Nacional apresentou efeito positivo e significativo no modelo de regressão logística, apontando para a existência de consumo hostil e saliência de conflito.

Palavras-chave: radicalismo partidário; polarização política; consumo de mídia; polarização afetiva; comportamento político extremista; Brasil.

ABSTRACT

This dissertation investigates the relationship between media consumption habits and partisan radicalism in Brazil, with the purpose of identifying how these media ecosystems, including social networks, can enable the growth of extremist political behaviors. To this end, it uses a quantitative approach, analyzing data from the opinion survey "Political Polarization-UnB," conducted between June 12th and 21st, 2024, with a total sample of 2,506 face-to-face interviews. Initially, the topic is contextualized, the problem is stated, the hypothesis, objectives, and justification for conducting the research are presented, along with an overview of recent events in Brazil. Following this, the theoretical framework is presented, highlighting important concepts such as political polarization, partisan radicalism, media, and citizenship. Information on selective exposure, echo chambers, and information bubbles is also provided. The following presents the results of the linear and logistic regression models, which were applied to a subsample of 1,221 people, comprising the group that answered questions about political violence. Telegram showed statistical significance in both scenarios, indicating that phenomena such as information bubbles, echo chambers, and selective exposure can contribute to the growth of extremist political behaviors. Jornal Nacional showed a positive and significant effect in the logistic regression model, pointing to the existence of hostile consumption and conflict salience.

Keywords: partisan radicalism; political polarization; media consumption; affective polarization; extremist political behavior; Brazil.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Publicação do jornal “O Globo” em apoio a ditadura militar.....	35
Figura 2 - Representação da diversidade de informações disponíveis no ambiente digital.....	43
Figura 3 - Representação do processo de organização de conteúdos com base nas preferências do usuário.....	44
Figura 4 - Representação do estágio final do filtro bolha (isolamento do indivíduo da pluralidade).....	45
Figura 5 - Alguns meninos percorrendo o caminho para participarem, sem saber, do experimento “A Caverna dos Ladrões”	52
Figura 6 - Lutas corporais entre as equipes.....	54
Figura 7 - Imagem de Bolsonaro simulando uso de fuzil durante ato de campanha no Acre.....	70
Figura 8 - Invasão à sede dos Três Poderes.....	73
Figura 9 - Preditores de apoio à violência (mídia).....	98

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Síntese da dissertação.....	19
Quadro 2 - Índice de predisposição ao autoritarismo a partir de valores na criação de filhos.....	89

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Índice de Apoio à Violência.....	88
Tabela 2 - Índice de predisposição ao autoritarismo.....	90
Tabela 3 - Índice de atenção política.....	91
Tabela 4 - Frequência de consumo de mídia.....	91
Tabela 5 - Variáveis sociodemográficas da amostra.....	93
Tabela 6 - Modelos Preditivos do Apoio à Violência Política.....	95

LISTA DE SIGLAS

ABIN	Agência Brasileira de Inteligência
AI-5	Ato Institucional número 5
BA	Bahia
CE	Ceará
CF	Constituição Federal
EUA	Estados Unidos da América
JN	Jornal Nacional
Logit	Regressão logística
MT	Mato Grosso
MG	Minas Gerais
OLS	Ordinary Least Squares (regressão linear)
PF	Polícia Federal
PGR	Procuradoria Geral da República
PL	Partido Liberal
PP	Partido Progressista
PSB	Partido Socialista Brasileiro
PSDB	Partido da Social Democracia Brasileira
PT	Partido dos Trabalhadores
RJ	Rio de Janeiro
SP	São Paulo
STF	Superior Tribunal Federal
TSE	Tribunal Superior Eleitoral
UnB	Universidade de Brasília

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	16
2 MÍDIA, CIDADANIA E TRANSFORMAÇÕES SOCIOPOLÍTICAS.....	25
2.1 História da Cidadania.....	25
2.2 Cidadania no Brasil.....	28
2.3 Comunicação e Cidadania.....	31
2.4 Mídia e Política no Brasil.....	33
2.5 Paradigmas da comunicação e exposição seletiva.....	37
2.5.1 Teorias da comunicação e exposição seletiva.....	38
2.5.2 Filtro bolha.....	41
2.5.3 Câmaras de eco.....	47
3 POLARIZAÇÃO, RADICALISMO PARTIDÁRIO E COMPORTAMENTOS POLÍTICOS EXTREMISTAS.....	51
3.1 Origem dos conflitos intergrupais e paradigma de grupo mínimo.....	51
3.2 Partidarismo.....	56
3.3 Transformação da polarização política em radicalismo partidário.....	59
3.4 Manifestações de comportamentos políticos extremistas no Brasil.....	67
4 METODOLOGIA E ANÁLISE DOS RESULTADOS SOBRE HÁBITOS DE CONSUMO DE MÍDIA E COMPORTAMENTO POLÍTICO EXTREMISTA NO BRASIL.....	78
4.1 Procedimentos metodológicos.....	78
4.2 Instrumentos de coleta, sistematização e análise dos dados.....	79
4.3 Desvendando tendências sobre hábitos de consumo de mídia e radicalismo partidário: análise dos dados e resultados do survey.....	81
4.3.1 Questões aplicadas no questionário.....	82
4.3.1.1 Questões ligadas a dados demográficos, educacionais, religiosos e econômicos dos entrevistados.....	82
4.3.1.2 Questão sobre posicionamento ideológico.....	83
4.3.1.3 Questão sobre consumo de mídia política.....	84
4.3.1.4 Questões sobre identificação partidária e avaliação de partidos.....	84

4.3.1.5	Questão sobre avaliação de líderes políticos.....	84
4.3.1.6	Questão sobre envolvimento político.....	84
4.3.1.7	Questão sobre polarização temática (issues moral/econômicas).....	85
4.3.1.8	Questão sobre identificação expressiva com o partido anteriormente identificado.....	85
4.3.1.9	Questão sobre confiança institucional.....	85
4.3.1.10	Questão sobre entendimentos sobre democracia.....	85
4.3.1.11	Questão sobre atitudes antipartidárias.....	86
4.3.1.12	Questão sobre aceitação de violência política.....	86
4.3.1.13	Questões sobre conhecimento político.....	86
4.3.1.14	Questões sobre avaliação de características de apoiadores de partidos....	86
4.3.1.15	Questões sobre Polarização afetiva (casamento de familiares com apoiadores de Bolsonaro ou Lula).....	87
4.3.1.16	Questão sobre polarização social.....	87
4.3.1.17	Questão sobre autoritarismo.....	87
4.3.2	Variáveis.....	87
4.3.2.1	Variáveis dependentes.....	87
4.3.2.1.1	Índice de Apoio à Violência.....	87
4.3.2.1.2	Apoio à Violência (Binária).....	88
4.3.2.2	Variáveis independentes.....	89
4.3.2.2.1	Autoritarismo.....	89
4.3.2.2.2	Atenção Política.....	90
4.3.2.2.3	Consumo de Mídia.....	91
4.3.2.3	Variáveis sociodemográficas de controle.....	93
4.4	Apresentação dos resultados.....	94
4.4.1	Aspectos gerais e desempenho dos modelos.....	94
4.4.2	Análise dos preditores mais fortes e significativos (Modelo Logit).....	97
4.4.2.1	Escolaridade.....	97
4.4.2.2	Atenção Política.....	97
4.4.2.3	Idade.....	97

4.4.2.4 <i>Telegram e Jornal Nacional (Modelos OLS e Logit)</i>	98
4.4.3 <i>Variáveis que surpreenderam pela ausência de efeito</i>	99
5 REFLEXÕES SOBRE OS RESULTADOS: A ASSOCIAÇÃO POSITIVA DO TELEGRAM E DO JN COM COMPORTAMENTOS POLÍTICOS EXTREMISTAS.	101
5.1 Hipótese do “consumo hostil”.....	104
5.2 Hipótese da saliência de conflito.....	107
5.3 Considerações finais	109
REFERÊNCIAS	112

1 INTRODUÇÃO

A presente dissertação foca na investigação da relação entre os hábitos de consumo de mídia e o crescimento do radicalismo partidário no Brasil, concentrando-se na identificação de como diferentes padrões de consumo de informações exercem influência na opinião política das pessoas e contribuem para o aumento de comportamentos políticos extremistas. Para tanto, é necessário analisarmos alguns aspectos que envolvem comunicação, mídia e política, para explicar a relevância da temática.

Inicialmente, cabe destacar que, desde o início da humanidade, é através da comunicação que se estabelecem as relações sociais, mesmo que à época não houvesse canais estruturados para disseminação das informações. Com os avanços viabilizados pela popularização do jornal impresso, do rádio e da televisão, a relação entre mídia e política se desenvolveu significativamente, sendo que a primeira se consolidou como um importante instrumento de influência, poder e mobilização social. A mídia passou a ser utilizada de maneira massiva por personalidades políticas, funcionando como um espaço de disputas ideológicas.

Mas, apesar de ser essencial para levar a informação à sociedade, a mídia nem sempre foi utilizada de maneira adequada, em especial, nos contextos de regimes ditatoriais como o nazismo, fascismo e a ditadura militar no Brasil. Nesses cenários, a mídia era usada para disseminar discursos autoritaristas visando conquistar a opinião pública. No caso brasileiro, por exemplo, inicialmente diversos jornais de destaque no país chegaram a apoiar a ditadura, entre eles: Jornal O Globo, Estado de São Paulo, Folha de São Paulo e Jornal do Brasil.

A relação entre mídia e política é, portanto, bastante complexa, visto que ambas possuem grande influência na sociedade e, ao se conectarem, podem influenciar-se mutuamente. Soma-se a isso as constantes transformações da sociedade, com o surgimento das mídias digitais, que viabilizaram a comunicação instantânea e democratizaram ainda mais o acesso ao debate público.

Logo, diversos pesquisadores se concentram em investigar a influência da mídia na política e vice-versa. Sabe-se ainda que o Brasil enfrentou diversos desafios políticos e sociais desde o processo de redemocratização. Contudo, a última década demonstra que a democracia do país está em um novo estágio: marcado pelo aumento da polarização política e a ascensão da extrema direita.

É importante ressaltar que, nos últimos anos, o aumento da polarização ocorreu em paralelo com transformações sociais e econômicas bastante significativas (McCarthy; Poole; Rosenthal, 2006) em vários países, incluindo o Brasil. O país começou a se dividir ideologicamente diante de um cenário de casos de corrupção, desigualdade social, aumento de passagens de transporte público e altos gastos com a construção de estádios durante a Copa do Mundo sediada no Brasil em 2014, aspectos que favoreceram o fortalecimento da direita. Essa separação ideológica pode estimular o aumento de conflitos sociais e políticos (Abramowitz, 2011; Mason, 2018), podendo afetar negativamente a sociedade.

Todavia, em 8 de janeiro de 2023, a tentativa de golpe de estado e a invasão das sedes dos Três Poderes demonstraram que as condutas políticas extremistas estão cada vez mais frequentes e intensas. A mobilização antidemocrática, organizada por Jair Messias Bolsonaro e seus apoiadores, ratificou a necessidade de debates e conscientização sobre os riscos de condutas radicalizadas no Brasil.

Com as mudanças vivenciadas nos últimos anos, a polarização política e o radicalismo partidário ganharam destaque na mídia, mas muitas vezes são utilizados erroneamente como sinônimos, por isso, é importante destacar que nesta dissertação a polarização é entendida como a divisão política extrema entre esquerda e direita. Por outro lado, o radicalismo é entendido como a adoção de condutas extremistas, evidenciadas por meio de violências como: ofensas, ameaças, agressões físicas, atentados e assassinatos por razões políticas (Doosje *et al.*, 2016; Kalmoe e Mason, 2022).

Neste sentido, o radicalismo partidário é uma temática atual, que levanta questões importantes sobre a influência dos hábitos de consumo de mídia para o crescimento de comportamentos políticos extremistas no Brasil. Por isso, é importante considerar que as mídias tradicionais e as redes sociais (novos ecossistemas midiáticos) possuem dinâmicas bastante distintas, sendo que estas últimas alteraram significativamente a forma como as pessoas se informam e interagem politicamente. Nas mídias tradicionais, como rádio, jornal, revistas e televisão, existem dinâmicas editoriais próprias desses veículos e dos profissionais de comunicação, que determinam o que será ou não veiculado. Por outro lado, no campo das redes sociais, com uma maior oferta de opções à sociedade, é mais fácil para o indivíduo escolher quais conteúdos deseja consumir, embora existam

padrões algoritmos definidos por essas mídias que acabam determinando o que aparece para cada usuário.

Além disso, esses novos ecossistemas midiáticos colaboram para o aumento da disseminação de desinformações, *fake news*¹ e *deepfakes*, aqui entendidas como a disseminação de informações falsas, deturpadas e tendenciosas de maneira intencional ou não. Devido ao impacto ocasionado pelas *fake news* e considerando os seus efeitos na política, cabe pontuar que existe imprecisão conceitual em relação a esse conceito. “Ao pé da letra, Fake News significa ‘notícias falsas’. O que são notícias é algo que sabemos sem tropeçar” (Santaella, 2020, p. 11). Por outro lado, o termo notícia pressupõe veracidade, sendo assim, se é “fake” não pode ser notícia (news). Mas, o termo tem relevância sociopolítica, pois se popularizou e é amplamente utilizado na atualidade. Logo, a utilização do termo *fake news* nesta dissertação está em consonância com estudos contemporâneos sobre desinformação.

Apesar disso, frisa-se que, conforme Nunes e Traumann (2023), o uso de desinformação e informações deturpadas para influenciar as opiniões dos eleitores não é algo novo, a novidade é a velocidade com que isso acontece. Inclusive, na eleição presidencial de 1989, a primeira após a redemocratização do país, a edição do Jornal Nacional, da TV Globo, exibida em 15 de novembro daquele ano, apresentou cortes do último debate presidencial que favorecia Fernando Collor de Mello e prejudicava o seu oponente Luiz Inácio Lula da Silva. A edição polêmica representou um episódio de manipulação informativa² que, por meio de informações tendenciosas, auxiliou na vitória de Collor.

Portanto, é essencial entender até que ponto os hábitos de consumo de mídia adotados pelas pessoas podem contribuir para o crescimento do radicalismo partidário. Contudo, cabe salientar que a interação entre mídia, comportamento político e radicalismo partidário exige uma análise aprofundada para a obtenção de respostas que retratem a realidade atual. Deste modo, esta dissertação se propõe a

¹ Conforme Santaella (2020), o termo *fake news* tem sentido de enganador, trapaça e é comumente utilizado para obras de arte que copiam o original, bem como para pessoas que fingem ser o que não são. Neste sentido, ela considera que as *fake news* podem, inclusive, provocar danos políticos extremos, ferindo princípios da cidadania e da democracia.

² Informações sobre “Edição de debate pelo JN em 1989 causou polêmica”, divulgadas pelo Jornal Folha de São Paulo em 30 de setembro de 2006. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc3009200622.htm>.

investigar a temática comunicação e radicalismo partidário no Brasil, com o recorte sobre hábitos de consumo de mídia, bolhas informacionais e comportamento político-extremista, conforme destacado no quadro 1.

Quadro 1 - Síntese da dissertação

A MINHA PESQUISA SE PROPÕE A	Estudar a relação entre os hábitos de consumo de mídia e o radicalismo partidário no Brasil.
PARA	Identificar qual a relação entre os diferentes hábitos de consumo de mídia, bolhas informacionais e o crescimento do radicalismo partidário no Brasil.
COM A FINALIDADE DE	Investigar a relação entre os hábitos de consumo de mídia e o crescimento do radicalismo partidário no Brasil, com o objetivo de identificar como diferentes padrões de consumo de informação contribuem para a formação de comportamentos políticos extremistas entre os indivíduos.
O QUE PERMITIRÁ	Identificar de que maneira os hábitos de consumo de mídia e as bolhas informacionais ajudam a moldar opiniões públicas, para entender se eles contribuem para o aumento do radicalismo partidário no Brasil.

Fonte: elaboração própria (2025)

As informações sintetizadas no quadro 1 facilitaram o processo de desenvolvimento inicial do trabalho, colaborando para o aprimoramento das demais etapas da pesquisa. E, auxiliam o leitor a ter uma visão geral do estudo.

A partir da compreensão da importância de analisar esse novo cenário no Brasil, este trabalho teve como objetivo geral: investigar a relação entre os hábitos de consumo de mídia e o radicalismo partidário no Brasil, visando identificar como esses ecossistemas midiáticos, incluindo as redes sociais, viabilizam o crescimento de comportamentos políticos extremistas. Complementarmente, os objetivos específicos ajudaram a traçar o caminho para o alcance dos resultados esperados. Sendo eles:

a) explicar o processo de transformação da polarização política em radicalismo partidário no Brasil, analisando os impactos e riscos do radicalismo partidário para a estabilidade democrática do país;

b) identificar se as redes sociais exercem maior influência para o crescimento de comportamentos políticos extremistas do que as mídias tradicionais;

c) investigar as diferenças de hábitos de consumo de mídia entre os eleitores, para identificar de que maneira esses hábitos ajudam a moldar opiniões públicas e se eles contribuem para o aumento do radicalismo partidário no Brasil.

Nesta dissertação, cujo problema de pesquisa é “De que forma os hábitos de consumo de mídia influenciam o crescimento de comportamentos políticos extremistas dos eleitores brasileiros?”, trabalha-se com a hipótese de que os dados devem apontar para uma grande influência dos hábitos de consumo de mídias on-line para o crescimento da polarização política e de comportamentos políticos extremistas no Brasil. Porém, mesmo em menor escala, as mídias tradicionais também exercem importante influência no comportamento dos seus consumidores. A hipótese considera ainda que, nos últimos anos, os hábitos de consumo de mídia mudaram completamente, colocando o usuário no centro das decisões do que deseja assistir, ler e ouvir.

Com esse cenário de maior disponibilidade e autonomia, a tendência é de que a pessoa opte por consumir informações diretamente alinhadas aos seus desejos, necessidades, ideologias e crenças pessoais, já que essa reafirmação favorece o seu bem-estar mental. Todavia, essa conduta ocasiona o afastamento social do indivíduo, dificultando o seu contato com novas perspectivas e criando um cenário que favorece uma maior polarização política. A partir disso, percebe-se que, embora as crises políticas exerçam grande influência para o cenário de polarização política vivenciado nos dias atuais, os hábitos de consumo de mídia também são aspectos determinantes para esse fenômeno.

Quando falamos das mídias tradicionais na atualidade, embora seja uma escolha mais limitada, devido às grades de conteúdos, a pessoa também pode escolher quais notícias deseja consumir. Como existem diversas opções midiáticas atualmente, a pessoa pode inclusive optar por não assistir nenhum programa da televisão aberta, restringindo seu consumo televisivo a determinados canais fechados, por exemplo. Nos jornais e revistas, a pessoa pode simplesmente optar por não ter nenhum contato com aqueles que abordam temas que contrariem as suas ideologias políticas. Uma pessoa com identificação partidária de direita, hoje, pode optar por não consumir nenhum conteúdo da revista Carta Capital. E, do mesmo modo, uma pessoa que se identifica com a esquerda não se vê obrigada a

consumir conteúdos de revistas que frequentemente são associadas à direita. Nos jornais impressos e no rádio, o movimento é o mesmo, é possível escolher aqueles com maior aderência ao perfil do leitor/ouvinte.

No meio digital, além de escolher o que deseja ver, as pessoas também têm a possibilidade de interagir instantaneamente com outros indivíduos e publicações consoantes às suas visões de mundo. A maior diferença em relação às mídias tradicionais é que, na internet, a pessoa adquire ainda mais autonomia, pois, quando seus hábitos de consumo de mídia são identificados pelas plataformas digitais, elas automatizam o processo de escolha das informações. Logo, mesmo sem nenhum esforço do usuário, os algoritmos passam a selecionar aquilo que consideram de interesse do indivíduo (O'Neil, 2016; Santaella, 2020) e reduzem a frequência de informações dissonantes.

Esses algoritmos, portanto, direcionam conteúdos com foco no aumento dos níveis de engajamento e isso é alcançado por meio de conteúdos de ódio, medo e que reforçam paixões das pessoas, influenciando inclusive nos processos eleitorais (Empoli, 2019; Nunes e Traumann, 2023). Além de refletir as desigualdades existentes entre as pessoas, com a atribuição de rótulos políticos a postagens, os algoritmos podem ampliar as divisões ideológicas (O'Neil, 2016; Tufekci, 2014), contribuindo para uma maior assimetria de opiniões, exclusão digital e desinformação.

Destarte, com essa mudança nos hábitos de consumo de mídia e conforme as opções de mídia aumentam, a exposição seletiva também ganha força (Stroud, 2007) e estimula a formação de bolhas informativas e câmaras de eco. Dentro desse fluxo, a visão das pessoas tende a ser limitada às suas ideologias, com poucas possibilidades de contato com visões diferentes que seriam essenciais para a ampliação do conhecimento. Sem um contato saudável com perspectivas e crenças distintas, a pessoa acaba acreditando que o certo é somente aquilo que ela vive e que tudo que contraria suas crenças é negativo. Cria-se, portanto, um cenário favorável ao preconceito entre grupos e pessoas com visões contrárias.

Contudo, apesar de as mídias tradicionais exercerem influência significativa no comportamento das pessoas, acredita-se que as redes sociais são as principais responsáveis pelo aumento de comportamentos políticos extremistas no contexto brasileiro, devido às próprias dinâmicas dessas plataformas, que incluem: alta personalização das informações consumidas por cada indivíduo, facilidade de

interação com pessoas com ideologias iguais ou similares, agilidade de recepção e compartilhamento de notícias, reforço da exposição seletiva, formação dos filtros bolhas e das câmaras de eco.

Outrossim, as redes sociais são ambientes que favorecem significativamente confrontos entre grupos. Nesses meios, as pessoas se sentem livres para expressar suas opiniões de maneira mais agressiva, compartilhar conteúdos provocativos, praticar discursos de ódio e promover ataques pessoais contra pessoas com ideologias contrárias.

Para viabilizar uma análise mais assertiva e para atingir os objetivos estabelecidos, identificou-se a importância da compreensão acerca das dinâmicas entre comunicação e política, portanto, foi feito o levantamento do estado da arte, que, segundo Martins Júnior (2010), é um aprofundamento de pesquisa essencial para a fundamentação de trabalhos. Essa etapa também contribui para que o pesquisador alcance uma bagagem suficiente de informações, que poderão ajudá-lo a analisar e interpretar os dados (Gil, 2008).

Posto isto, para explorar essas interações entre os hábitos de consumo de mídia e o radicalismo partidário no Brasil, fez-se inicialmente uma busca nas principais bases de dados de ciências sociais para a identificação do estado da arte do tema. As bases utilizadas para a pesquisa inicial foram o Google Acadêmico, Scopus, Scielo, Doaj e Portal de Periódicos Capes, em virtude da relevância dessas bases. As pesquisas foram realizadas em português, inglês e espanhol, para a obtenção de uma amostra maior de informações.

Do ponto de vista teórico, foram pesquisados conceitos como comunicação, cidadania, mídia e democracia, que estão relacionados com a área de concentração do mestrado e com este trabalho, respectivamente. Posteriormente, foram realizadas buscas a partir das seguintes palavras-chave: (radicalismo partidário) AND (hábitos de consumo de mídia) AND (polarização política) AND (Brasil), com o objetivo de realizar o levantamento do estado da arte. Alguns termos também foram buscados de maneira isolada (polarização política, radicalismo partidário, extremismo político e hábitos de consumo de mídia), com o intuito de ampliar o repertório teórico e identificar autores e conceitos relacionados com o escopo geral deste trabalho.

Durante o levantamento do estado da arte, identificou-se que boa parte dos estudos acerca da relação entre consumo de mídia e radicalismo partidário se

concentra nos Estados Unidos. Destaca-se que, durante a realização do levantamento do estado da arte, verificou-se a inexistência de estudos que explorem a correlação entre hábitos de consumo de mídia e radicalismo partidário no Brasil, utilizando dados empíricos, o que demonstra que a temática a ser pesquisada neste trabalho é bastante oportuna e relevante.

A pesquisa, de natureza quantitativa, utiliza dados coletados por meio do *survey* “Polarização política-UnB”, aplicado presencialmente, no período de 12 a 21 de junho de 2024, com uma amostra total de 2.506 entrevistas presenciais, organizadas por um grupo de pesquisadores, e as informações foram cedidas para uso neste trabalho. Entretanto, nesta dissertação, concentra-se em uma subamostra específica de 1.221 pessoas, que inclui o total de respondentes das questões sobre violência política.

No segundo capítulo, intitulado como Mídia, cidadania e transformações sociopolíticas, são apresentadas informações ligadas à história da política brasileira, ecossistemas midiáticos, exposição seletiva, filtro bolha e câmaras de eco. A discussão aponta como o país chegou ao cenário político atual e como os fenômenos abordados na seção corroboram para o isolamento informacional das pessoas, já que este fator influencia diretamente na formação da opinião política.

Na sequência, o terceiro capítulo, denominado de Polarização, radicalismo partidário e comportamentos políticos extremistas, aponta a origem dos conflitos intergrupais e do paradigma de grupo mínimo. Além disso, traz explicações sobre o processo de transformação da polarização política em radicalismo partidário e apresenta situações que evidenciam a ocorrência de comportamentos políticos extremistas no Brasil.

No quarto capítulo, “Metodologia e análise dos resultados sobre hábitos de consumo de mídia e comportamento político extremista”, apresentam-se os procedimentos metodológicos adotados, que incluem pesquisa quantitativa e a utilização dos seguintes instrumentos de coleta, sistematização e análise dos dados: levantamento bibliográfico, pesquisa documental e *survey*. Para a análise dos dados e resultados, utilizam-se os modelos de regressão linear OLS (Ordinary Least Squares) e de regressão logística (Logit), sendo que o Telegram apresentou resultado positivo em ambos os cenários e o Jornal Nacional obteve significância no segundo modelo aplicado. Nesta seção, é feita a apresentação das variáveis

adotadas e explicação detalhada do desempenho dos modelos de regressão adotados.

No quinto capítulo, “Reflexões sobre os resultados: a associação positiva do Telegram e do JN com comportamentos políticos extremistas”, são feitos apontamentos sobre o Telegram e o Jornal Nacional, visto que foram as únicas mídias que apresentaram significância estatística em relação ao objeto da pesquisa. Entre os resultados, do JN identifica-se a possibilidade de influência das hipóteses de “consumo hostil” e “saliência de conflito”.

Finalmente, o sexto capítulo, de considerações finais, aponta as limitações da pesquisa, bem como as perspectivas futuras, com o propósito de subsidiar e estimular novas investigações sobre o assunto.

2 MÍDIA, CIDADANIA E TRANSFORMAÇÕES SOCIOPOLÍTICAS

Neste capítulo, as discussões são pautadas na relação entre mídia, cidadania, política e transformações político-sociais. Essa investigação tem um papel central para o alcance dos objetivos desta dissertação por ajudar a entender a participação política dos cidadãos brasileiros, a maneira como as informações refletem na sociedade e a influência da mídia para a formação da opinião pública. Para isso, primeiramente faz-se uma exposição sobre a história da cidadania. Em seguida, trata-se especificamente da cidadania brasileira. Na sequência, é feita uma discussão sobre comunicação e cidadania. Posteriormente, a análise se concentra na relação entre mídia e contexto político no Brasil. Depois, são apresentadas informações sobre os ecossistemas midiáticos, exposição seletiva, filtro bolha e câmaras de eco, fenômenos diretamente ligados à maneira como as informações circulam na sociedade.

2.1 História da Cidadania

A compreensão acerca da influência dos hábitos de consumo de mídia para o crescimento do radicalismo partidário e comportamentos políticos extremistas no Brasil necessita de uma análise mais profunda do campo da comunicação e do conceito de cidadania, visto que, sem informações adequadas, o cidadão não consegue participar plenamente do processo democrático e nem usufruir dos seus direitos.

Para apontarmos uma visão inicial acerca do que é cidadania, adota-se a definição clássica de Marshall:

A cidadania é um status concedido àqueles que são membros integrais de uma comunidade. Todos aqueles que possuem status são iguais com respeito aos direitos e obrigações pertinentes ao status. Não há nenhum princípio universal que determine o que estes direitos e obrigações serão, mas nas sociedades nas quais a cidadania é uma instituição em desenvolvimento criam uma imagem de cidadania ideal em relação à qual pode ser medido em relação à qual o sucesso pode ser medido e em relação à qual a aspiração pode ser dirigida (Marshall, 1967, p. 76).

Devido à importância da cidadania para o bem-estar social, existem várias literaturas que tratam sobre o tema (Marshall, 1967, 2002; Carvalho, 2002; Pinsky; Pinsky, 2003; Bobbio, 2004; Cortina, 2005; Gorczewski e Belloso Martín, 2011).

Embora existam outras literaturas importantes, a escolha das obras citadas anteriormente foi feita com base nas necessidades deste trabalho, de modo a facilitar a compreensão sobre a cidadania brasileira – marcada por diversas especificidades, incluindo a forma como foi construída.

Inicialmente, parte-se da perspectiva de Marshall (1967, p.63), em que a cidadania é representada pela participação total de uma pessoa na comunidade política, a partir de três aspectos normativos básicos: civil, político e social.

O elemento civil é composto dos direitos necessários à liberdade individual – liberdade de ir e vir, liberdade de imprensa, pensamento e fé, o direito à propriedade e de concluir contratos válidos e o direito à justiça. Este último difere dos outros porque é o direito de defender e afirmar todos os direitos em termos de igualdade com os outros e pelo devido encaminhamento processual. Isto nos mostra que as instituições mais intimamente associadas com os direitos civis são os tribunais de justiça. Por elemento político se deve entender o direito de participar no exercício do poder político, como um membro de um organismo investido da autoridade política ou como um eleitor dos membros de tal organismo. As instituições correspondentes são o parlamento e conselhos do Governo local. O elemento social se refere a tudo o que vai desde o direito a um mínimo de bem-estar econômico e segurança ao direito de participar, por completo na herança social e levar a vida de um ser civilizado de acordo com os padrões que prevalecem na sociedade. As instituições mais intimamente ligadas com ele são o sistema educacional e os serviços sociais (Marshall, 1967, p. 63-64).

A partir do discurso de Marshall, é evidenciado que a cidadania em contextos sociais democráticos requer a existência desses três direitos, que, embora distintos, são complementares. Mas, “apesar de importante e sempre citado, o trabalho de Marshall não é isento de críticas – sendo a principal delas a visão de cidadania exclusivamente dentro do panorama inglês” (Gonzaga Junior, 2022, p. 32). Posto isto, amplia-se a análise acerca da cidadania por meio da visão de vários autores distintos. Entretanto, cabe pontuar que, apesar das limitações do modelo de cidadania de Marshall, ele embasa estudos ao redor do mundo, funcionando como um ponto de partida para análises mais alinhadas com o contexto de cada país.

Considerando esses aspectos iniciais, serão apresentados fatos históricos e diferentes conceitos sobre cidadania para uma análise mais consistente. Conforme apontamentos de Gonzaga Junior (2022), historicamente, o conceito de cidadania surge na Grécia atrelado à questão da territorialidade e pertencimento a uma comunidade (cidadão da pólis). Na cidadania romana, o núcleo é a ideia de liberdade (Gonzaga Junior, 2022, p. 18), sendo que a pessoa só era considerada

cidadã se fosse descendente de uma família patricia (Gonzaga Junior, 2022, p. 19). Posteriormente, na Idade Média, percebe-se um terceiro tipo de cidadania, que concedia privilégios à nobreza (Gonzaga Junior, 2022, p. 21).

Quanto aos aspectos históricos da cidadania, é destacado que:

Outro aspecto importante, derivado da natureza histórica da cidadania, é que ela se desenvolveu dentro do fenômeno, também histórico, a que chamamos de Estado-nação e que data da Revolução Francesa, de 1789. A luta pelos direitos, todos eles, sempre se deu dentro das fronteiras geográficas e políticas do Estado-nação. Era uma luta política nacional, e o cidadão que dela surgia era também nacional. Isto quer dizer que a construção da cidadania tem a ver com a relação das pessoas com o Estado e com a nação. As pessoas se tornavam cidadãs à medida que passavam a se sentir parte de uma nação e de um Estado (Carvalho, 2002, p. 12).

Percebe-se assim que, ao longo do tempo, a concepção do que é cidadania passou por diversas modificações. Assim, Pinsky e Pinsky (2003, p. 11) argumentam que não dá para considerar a existência de uma única sequência decisiva para a evolução da cidadania em todo o mundo, por existirem diferenças expressivas, bem como avanços e retrocessos que variam conforme o contexto social de cada país. Essa pontuação está alinhada com a afirmação de que a cidadania não é um conceito estagnado, mas sim um conceito dinâmico e fluido, que se desenvolve e se modifica a partir da conjuntura social e política (Carvalho, 2002; Pinsky; Pinsky, 2003; Gorczewski; Belloso Martín, 2011).

Neste sentido, Gorczewski e Belloso Martín (2011) destacam a necessidade de uma revisão no conceito de cidadania, considerando que ele precisa ser revisto e adaptado ao novo contexto político-social.

Ainda que a ideia de cidadania remonte às primeiras comunidades sedentárias - e até mesmo antes; não obstante as profundas reflexões de filósofos e pensadores, de Aristóteles a Marshall, passando pela ferrenha disputa entre Voltaire, Rousseau e Sieyès para consolidar sua própria teoria de *citoyenneeté*; os trabalhos de Locke, Mill, Humboldt e tantos outros iluministas, no início deste terceiro milênio assistimos a um estrondoso ressurgimento de discussões sobre o tema, em especial pelas mudanças extraordinárias ocorridas nos últimos anos do século XX e que impeliram a sociedade contemporânea a uma nova utopia: a globalização (Gorczewski; Belloso Martín, 2011, p. 16).

A ideia defendida por Gorczewski e Belloso Martín (2011) é de que a cidadania funciona como um status, que concede a chance de participação na vida

política e de inclusão em direitos sociais, que garantem um padrão mínimo de vida. Enquanto Carvalho (2002) pondera que a cidadania é complexa, historicamente definida, mas que o exercício de alguns direitos não viabiliza outros de maneira automática. Sendo assim, a liberdade e a participação não são garantias automáticas ou imediatas para a resolução dos problemas da sociedade.

Por outra perspectiva, Cortina (2005) aponta uma ampliação no conceito de cidadania, defendendo o modelo de cidadania cosmopolita, que parte de um âmbito local para um contexto mais internacional, destacando o desenvolvimento de cinco dimensões que estruturam essa cidadania: civil, política, social, econômica e cultural. Neste sentido, Cortina (2005) amplia a visão de cidadania para além da esfera política, construída de maneira coletiva e focada na justiça social e na equidade. A autora também argumenta que devem ser adotadas regras e padrões éticos universais, que sejam reconhecidos por todos os seres humanos, uma vez que todos eles vivem no mesmo planeta.

Complementarmente, Bobbio (2004) defende que a cidadania está ligada a uma visão mais ampla de direitos, que garantem a inclusão das pessoas na comunidade política. Ele estabelece a existência de direitos de primeira, segunda e terceira geração.

Do ponto de vista teórico, sempre defendi – e continuo a defender, fortalecido por novos argumentos – que os direitos do homem, por mais fundamentais que sejam, são direitos históricos, ou seja, nascidos em certas circunstâncias, caracterizadas por lutas em defesa de novas liberdades contra velhos poderes, e nascidos de modo gradual, não todos de uma vez e nem de uma vez por todas (Bobbio, 2004, p. 05).

Por fim, antes de adentrarmos nas especificidades da cidadania brasileira, vale ressaltar que a visão de Bobbio (2004) aponta a necessidade de reconhecimento e proteção de direitos por parte do Estado para o alcance de efetividade, sendo que a democracia e a cidadania são interdependentes.

2.2 Cidadania no Brasil

Ao analisarmos o cenário brasileiro, identifica-se que o desenvolvimento da cidadania está ligado a períodos de maior e menor concessão de direitos, em virtude da Ditadura Militar, da escassez de direitos sociais e da limitação de direitos civis e políticos (Carvalho, 2002). Por isso, “os problemas estruturais acumulados por todos os anos de sua existência impactam o entendimento do que é ser cidadão no Brasil”

(Gonzaga Junior, 2022, p. 41). Além disso, “o termo cidadania é histórico-social e depende do ambiente e das condições sociais em que uma pessoa está inserida” (Tuzzo *et al.*, 2014, p. 161).

Cita-se ainda que o próprio contexto de formação do país, com a colonização portuguesa, escravidão de negros, exploração de indígenas, desigualdades em virtude de classe, gênero e raça, contribuiu para um processo longo e tardio de concessão e garantia de direitos. Carvalho (2002) reforça essa perspectiva ao destacar a importância que a cidadania ganhou após o período da ditadura no país, um cenário marcado pela cessação de direitos já concedidos anteriormente e pela grande repressão.

O esforço de reconstrução, melhor dito, de construção da democracia no Brasil ganhou ímpeto após o fim da ditadura militar, em 1985. Uma das marcas desse esforço é a voga que assumiu a palavra cidadania. Políticos, jornalistas, intelectuais, líderes sindicais, dirigentes de associações, simples cidadãos, todos a adotaram. A cidadania, literalmente, caiu na boca do povo. Mais ainda, ela substituiu o próprio povo na retórica política. Não se diz mais “o povo quer isto ou aquilo”, diz-se “a cidadania quer”. Cidadania virou gente. No auge do entusiasmo cívico, chamamos a Constituição de 1988 de Constituição Cidadã (Carvalho, 2002 p. 7).

Contudo, Carvalho (2002, p. 8) argumenta que a cidadania é complexa. Logo, “o exercício de certos direitos, como a liberdade de pensamento e o voto, não gera automaticamente o gozo de outros, como segurança e o emprego”. Carvalho (2002, p. 219) afirma que “a cronologia e a lógica da sequência descrita por Marshall foram invertidas no Brasil”. Ele argumenta que, inicialmente, vieram os direitos sociais, depois os políticos e, por último, os direitos civis. “Finalmente, ainda hoje muitos direitos civis, a base da sequência de Marshall, continuam inacessíveis à maioria da população. A pirâmide dos direitos foi colocada de cabeça para baixo” (Carvalho, 2002, p. 220). Entretanto, Tuzzo *et al.* (2014) acentuam que o cidadão, hoje, não é somente um mero votante de ciclo eleitoral ou alguém que interpreta a cidadania com o seu significado tradicional, que considera apenas o exercício dos direitos e deveres civis, políticos e sociais por parte do cidadão, apontando para uma visão mais ampla de cidadania. O argumento das autoras é de que esse cidadão desafia instâncias tradicionais e detém o poder de agir comunicacional, reforçado pelos novos saberes, tecnologias e poderes na transformação da democracia.

Quanto ao contexto histórico da cidadania no Brasil, Carvalho (2002) afirma que:

Percorremos um longo caminho, 178 anos de história do esforço para construir o cidadão brasileiro. Chegamos ao final da jornada com a sensação desconfortável de incompletude. Os progressos feitos são inegáveis mas foram lentos e não escondem o longo caminho que ainda falta percorrer. O triunfalismo exibido nas celebrações oficiais dos 500 anos da conquista da terra pelos portugueses não consegue ocultar o drama dos milhões de pobres, de desempregados, de analfabetos e semi-analfabetos, de vítimas da violência particular e oficial. Não há indícios de saudosismo em relação à ditadura militar, mas perdeu-se a crença de que a democracia política resolveria com rapidez os problemas da pobreza e da desigualdade (Carvalho, 2002, p. 219).

Esse cenário indica que, embora seja perceptível a existência de avanços na cidadania brasileira, o contexto atual do país ainda enfrenta as marcas deixadas pela colonização, escravidão, coronelismo, ditadura, extinção de direitos e lentidão para assegurar que os direitos sejam de fato consumados. Após seis constituições (1824, 1891, 1934, 1937, 1946, 1967), a Constituição Cidadã, de 1988³, indicou um caminho de mudanças, mas a cidadania no país ainda não ocorre de maneira plena. Os direitos estão postos na constituição, mas a garantia não é efetiva e, geralmente, isso impacta as classes sociais mais vulneráveis.

Nessa linha, Tuzzo *et al.* (2014) apresentam uma visão crítica da cidadania brasileira ao apontarem que só se é cidadão para votar, sem participação nos processos decisórios. Trata-se de um cenário em que “o cidadão está mais para pedinte, deficiente, pobre e ignorante do que para um indivíduo consciente e com uma conduta embasada em valores éticos vigorosos” (Tuzzo *et al.*, 2014, p. 175). Do mesmo modo, “o conceito midiático de cidadania materializa-se e reforça-se na figura do assistencialismo estatal, do atendimento emergencial, da resolução parcial dos problemas que, supostamente, já deveriam ter sido suplantados” (Tuzzo *et al.*, 2014, p.175).

Vale pontuar que, “no Brasil, é representativo o número de pessoas com a cidadania e os direitos fundamentais comprometidos em decorrência da violência política” (Justiça Global; Terra de Direitos, 2023). Na edição de 2016, a publicação aponta a ocorrência de 327 casos de violência política de janeiro de 2016 a 1 de

³ Também conhecida como Constituição Cidadã em virtude da quantidade de direitos concedidos à população, a CF-88 foi publicada em 05 de outubro de 1988.

setembro de 2020⁴. Esse número aumentou para 542 casos entre 02 de setembro de 2020 e 31 de outubro de 2022 (Justiça Global; Terra de Direitos, 2023). O mapeamento concentra-se em casos relacionados a pessoas com identificação partidária declarada (políticos eleitos, candidatos, pré-candidatos, assessores parlamentares, secretários de governo e dirigentes partidários). Apresenta ainda a existência do registro de 124 casos de violência política contra eleitores e instituições durante o período do primeiro turno das eleições de 2022 e 61, no segundo turno (Justiça Global; Terra de Direitos, 2023). A terceira edição da pesquisa registrou 558 casos⁵.

2.3 Comunicação e Cidadania

Ao tratarmos sobre o campo comunicacional, a comunicação se entrelaça com o direito à informação e com a própria cidadania. À medida que as pessoas são devidamente informadas sobre aspectos políticos, econômicos e sociais do contexto em que estão inseridas, elas passam a ter as informações necessárias para exercerem a sua cidadania. De maneira incipiente, podemos definir a comunicação como elemento essencial de qualquer sociedade. É por meio dela que são estabelecidas relações e divulgadas informações que subsidiam a tomada de decisões. Porém, a comunicação é bem mais complexa e, para entendê-la melhor, parte-se da definição ocidental para um maior detalhamento.

A definição ocidental comum da comunicação é projetada sobre o resto do mundo. Trata-se sempre de transmissões intencionais de mensagens de um lugar para outro. É para tentar sair das aporias da intencionalidade que proponho partir de uma definição alternativa da comunicação, que perde sua qualidade de objeto para se tomar uma perspectiva. Encarada com o “performance da cultura”, a comunicação é menos a soma das falas, dos gestos, das “mensagens” de todo gênero que os homens podem produzir do que a visão que permite percebê-los em sua contribuição para a realização permanente da sociedade. A comunicação toma-se um quadro primário, com o diria Goffman (1974), um quadro primário analítico, ou seja, uma maneira científica, explicitamente construída,

⁴ Dados disponíveis em:

<https://www.global.org.br/?s=primeira+edi%C3%A7%C3%A3o+pesquisa+viol%C3%Aancia+pol%C3%ADtica>. Acesso em 8 set. 2025.

⁵ 3ª edição - Violência Política e Eleitoral no Brasil: panorama das violações dos direitos humanos. Disponível em:

https://www.global.org.br/wp/wp-content/uploads/2024/12/11-25_VIOLENCIA-POLITICA-2024-FN-2.pdf. Acesso em: 9 set. 2025.

em luta constante contra o senso comum, de observar o mundo social (Winkin, 1998, p. 204-205).

Winkin (1998) faz uma exposição dos modelos de comunicação, partindo do linear/informacional (1940), que enxerga a comunicação como um processo técnico de emissor, mensagem, canal, receptor e efeito. Na sequência, ele aponta o modelo cibernético (1940-50), que introduz os conceitos de codificação/decodificação e campo de experiência, com foco na retroalimentação da informação, representando um modelo circular com feedback. Posteriormente, destaca-se o modelo da Escola de Palo Alto (1950-70), enfatizando a comunicação como um fenômeno sociocultural e como um processo interativo, ritualístico e multifacetado, em que todo ato humano comunica algo. Após isso, no modelo sistêmico/ecológico, definido como nova comunicação (1980 em diante), o foco está na comunicação como processo coletivo, ritual e simbólico, com a investigação etnográfica da comunicação no cotidiano.

Essas definições são importantes para entendermos a evolução do conceito de comunicação, sendo que no contexto atual a comunicação tornou-se multidisciplinar, relacional, altamente tecnológica e política. Neste sentido, Castells (2000) entende a comunicação como um fator importante para o empoderamento político e social, o que se relaciona diretamente com os ideais de cidadania.

Quanto a essa relação entre comunicação e cidadania, Signates e Moraes (2019) apontam que a mais conhecida é a instrumental, quando a primeira se apresenta a serviço da segunda. Porém, os autores partem do pressuposto de que a comunicação é essencial à cidadania e enfatizam que “sem comunicação, não há cidadania” (Signates; Moraes, 2019, p. 24), já que é a partir dos processos de participação e interação que os direitos civis, políticos e sociais se concretizam.

Conforme as concepções de direito abstraídas da noção de cidadania e aplicadas à noção de comunicação especificada, é possível trabalhar com a hipótese de que não existe cidadania, sequer como possibilidade, fora de um processo comunicacional que a viabilize, estabeleça e desenvolva (Signates; Moraes, 2019, p. 24).

Assim, saímos de uma visão instrumental para o reconhecimento de que a comunicação é essencial à cidadania desde o seu processo de concepção até o seu desenvolvimento. Ou seja, ao mesmo tempo em que a comunicação é um direito assegurado a todos os cidadãos brasileiros pela Constituição Federal de 1988, ela também possibilita que a cidadania se torne cada vez mais ampla. E, do mesmo modo, sem a cidadania, presume-se que não haveria o direito à comunicação e à

informação. Logo, a comunicação e a cidadania possuem uma relação de proximidade e interdependência.

Salienta-se ainda que a comunicação também é uma área do saber de extrema relevância, uma ciência que estuda diversos assuntos, dentre eles hábitos e comportamentos de mídia, a exemplo da pesquisa realizada neste trabalho de dissertação. E, é justamente dentro desse campo científico que são identificados aspectos que permitem a compreensão da sociedade atual, do exercício da cidadania e da influência midiática no campo político.

2.4 Mídia e Política no Brasil

A relação entre mídia e política no Brasil é alvo de constantes pesquisas. Apesar disto, não existem estudos que aprofundem na questão dos hábitos de consumo de mídia para o crescimento do radicalismo partidário. Logo, antes de examinar essa influência, é importante entender como se estabelece a conexão entre a mídia e a política no Brasil.

Preliminarmente, esclarece-se que, neste trabalho, o termo mídia faz referência especificamente aos meios pelos quais mensagens são transmitidas às pessoas, como televisão, rádio, jornais, revistas e internet, incluindo as redes sociais. Cabe salientar ainda que, no Brasil contemporâneo, vivemos em um contexto democrático, no qual as decisões são tomadas pelos cidadãos, seja direta ou indiretamente, conforme estabelecido pela Constituição Federal de 1988 (CF-88). Entretanto, a realidade brasileira nem sempre foi assim. O país passou por diversas transformações até chegar ao momento atual⁶, sendo que essas mudanças influenciam o processo de participação social e corroboram para a compreensão do objeto de estudo deste trabalho.

Passamos por um contexto de pertencimento ao sistema monárquico e enfrentamos inúmeros desafios até a promulgação da Constituição Federal de 1988, como o período da ditadura (1964–1985), em que havia restrição de direitos e impossibilidade de manifestações contra o regime vigente. Para Rubim (1998), na ditadura militar existia uma dinâmica de comunicação específica com a repressão de possíveis interações entre política e mídia.

⁶ Recomenda-se a leitura da obra: “Revolução Tecnológica, crise da democracia e constituição: direito e políticas públicas num mundo em transformação”, de Luís Roberto Barroso.

Este impedimento da política livremente se realizar na sociedade e em seus novos espaços (virtuais) de sociabilidade, engendrados pelas mídias, determinou, por conseguinte, que a eclosão significativa desta temática de estudos guardasse uma íntima conexão com a redemocratização do país e, em especial, com os embates eleitorais, que, neste novo contexto, se realizam em uma sociedade na qual a comunicação se tornou ambiente constitutivo da sociabilidade (Rubim, 1998, p. 1).

Mas, apesar do contexto histórico e social diferente, quando falamos sobre polarização, as divisões políticas sempre estiveram presentes na realidade brasileira. Na ditadura militar, por exemplo, havia uma clara divisão entre apoiadores e opositores do regime, mas a repressão violenta limitou manifestações de discordâncias. No período, todos que se manifestaram contra estavam sujeitos à tortura e morte. Na publicação, *Direito à Memória e à Verdade*⁷, é destacado que 224 pessoas foram mortas por resistência à ditadura e 210 encontram-se desaparecidas. Os dados revelam ainda que milhares de pessoas foram presas e torturadas por serem consideradas contra a ditadura.

Ainda no contexto ditatorial, o Ato Institucional número 5 (AI-5)⁸, de 13 de dezembro de 1968, foi o mais duro e restritivo com a imposição de censura sobre os meios de comunicação, com o objetivo de controlar as informações midiáticas e, conseqüentemente, manter o poder político. À época, além da prisão de jornalistas, havia censuradores nas redações para garantir que nenhuma informação contra o regime militar fosse divulgada e edições de jornais e revistas chegaram a ser apreendidas nas bancas (Kushnir, 2004). Assim, a mesma imprensa, que em sua maioria apoiou o golpe de 1964, se tornou, posteriormente, uma das principais vítimas, inclusive com a prisão, tortura e assassinato de jornalistas que se opuseram ao regime.

O jornal “O Globo”, à época um dos apoiadores do golpe, mantém uma página em seu site com explicações sobre o apoio ao golpe militar⁹ e destaca que o fato é um incômodo para o veículo de comunicação, mas que é impossível negar a

⁷ O livro apresenta informações importantes sobre o contexto histórico do Brasil no período da ditadura militar, seguindo uma cronologia de 1964 a 1985. Também são apresentadas as informações sobre o perfil de cada uma das vítimas da ditadura. Disponível em: https://www.dhnet.org.br/dados/livros/a_pdf/livro_memoria1_direito_verdade.pdf. Acesso em: jan. 2024.

⁸ As informações sobre as determinações e censuras impostas pelo AI-5 estão disponíveis em https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ait/ait-05-68.htm. Acesso em: 19 out. 2025.

⁹ Publicação do jornal O Globo “Apoio ao golpe de 64 foi um erro”. Disponível em: <https://memoria.oglobo.globo.com/erros-e-acusacoes-falsas/apoio-ao-golpe-de-64-foi-um-erro-12695226>. Acesso em: 19 out. 2025.

história. A publicação cita ainda que a ditadura teve o apoio de outros veículos de comunicação, como o jornal “Estado de São Paulo¹⁰”, da “Folha de São Paulo” e do “Jornal do Brasil”. Uma das publicações de apoio do “O Globo” é retratada na figura 1.

Figura 1 - Publicação do jornal “O Globo” em apoio a ditadura militar



Fonte: Jornal “O Globo”, edição de 2 de abril de 1964

A partir do exposto, percebe-se que a relação entre mídia e política se alterou significativamente ao longo dos últimos anos, com períodos de apoio e de oposição direta da mídia ao cenário político do país, revelando a complexidade dessa interação. Sabe-se que a mídia desempenha papel determinante para a formação da opinião pública e influencia diretamente no comportamento eleitoral das pessoas,

¹⁰ O posicionamento do Estadão sobre o golpe de 1964, e o debate entre Ruy Mesquita e Gilles Lapouge
https://www.estadao.com.br/150-anos/150-momentos/estadao-publicou-correspondencias-de-ruy-mesquita-e-gilles-lapouge-sobre-o-golpe-de-1964/?srsltid=AfmBOoo-9bc5pFNz0Cw15jAUaJUuRwo5JY4dacJsRtmB_yztJdKf5HYF. Acesso em: 19 out. 2025.

por isso, o assunto se tornou alvo de diversas análises e pesquisas científicas. “A eleição presidencial de 1989, realizada depois de 29 anos sem eleições diretas para presidente, aparece como acontecimento detonador de um boom imediato e posterior de reflexões sobre o enlace mídia e política” (Rubim, 1998, p. 3).

As reflexões abordadas até aqui evidenciam que a relação entre mídia e política é antiga, mas ganhou novas proporções nos últimos tempos. Agora, as pessoas são livres para manifestar as suas opiniões. Além disso, todas as manifestações de apoio ou oposição a ideias e líderes políticos ganham novas proporções em virtude da quantidade de veículos midiáticos disponíveis na atualidade e da liberdade de acesso a essas informações. Com a maior disponibilidade de meios de acesso à informação, as pessoas passam a ter a opção de escolher os conteúdos que desejam consumir, embora essa decisão também possa ser influenciada por questões como desinformação, bolhas de informações e câmaras de eco.

Portanto, embora existam questionamentos acerca do grau de influência da mídia na opinião pública e no cenário político, é necessário reconhecer que a mídia é um importante fator a ser considerado, devido à sua relevância para a sociedade. Assim, Fonseca (2011) diz que, ao fazer parte da esfera pública, atuando como prestadora de serviços, a mídia tem o papel fundamental de informar as pessoas e também exercer controle social em relação às ações públicas, considerando ainda que a internet surgiu como um novo espaço informativo e de embates ideológicos. “Mais importante, os órgãos da mídia fariam a fiscalização do Estado, exercendo assim a forma mais bem acabada de “controle social”: em relação ao dinheiro público, às ações públicas, numa palavra, aos negócios públicos” (Fonseca, 2011, p. 42).

Logo, na sociedade em rede, o que existe é a política da mídia, em que mensagens, organizações e líderes sem presença na mídia não conseguem existir na consciência pública. Castells (2000) também reforça esse controle.

[...] a mídia eletrônica (não só o rádio e a televisão, mas todas as formas de comunicação, tais como o jornal e a internet) passou a se tornar o espaço privilegiado da política. Não que toda a política possa ser reduzida a imagens, sons ou manipulações simbólicas. Contudo, sem a mídia, não há meios de adquirir ou exercer poder. Portanto, todos [os partidos políticos, de ideologias distintas] acabam entrando no mesmo jogo, embora não da mesma forma ou com o mesmo propósito (Castells, 2000, p. 367).

Esses apontamentos estabelecem que a mídia é essencial para o processo político, por se tratar de uma ferramenta indispensável para o alcance, manutenção e exercício do poder. Mas, é importante considerar que a mídia, além de atuar no processo de “ajudar os cidadãos a tornarem-se informados” (Holbert, 2005, p. 511), também pode exercer influência sobre a sociedade e ajudar a aumentar ainda mais as tensões políticas. Por estas razões, torna-se necessária a realização de pesquisas empíricas e estudos que abordem a relação entre os hábitos de consumo de mídia e o crescimento de comportamentos políticos extremistas, já que isso pode contribuir para uma melhor compreensão do cenário atual, apresentar *insights* importantes em relação ao futuro e, quem sabe, apontar possibilidades para a mitigação desta problemática. Neste sentido, o escopo definido nesta dissertação é bastante atual ao se concentrar na investigação da influência dos hábitos de consumo de mídia para o crescimento de comportamentos extremistas por razões políticas e partidárias.

2.5 Paradigmas da comunicação e exposição seletiva

Estudiosos analisam a relação entre mídia e sociedade há bastante tempo, buscando compreender de que maneira a mídia influencia as pessoas e quais são os efeitos dessa influência. Tais estudos são essenciais para que se compreenda de que maneira os meios de comunicação moldam percepções, comportamentos e interações sociais. Hohlfeldt, Martino e França (2001) pontuam que esses estudos tiveram como principais fundadores: Paul Lazarsfeld, Harold Lasswell, Kurt Lewin e Carl Hovland, e que eles estavam diretamente conectados a razões políticas e econômicas. Inicialmente, o foco era entender a audiência para o aperfeiçoamento das técnicas publicitárias, visando o aumento de vendas.

A mídia também é recorrentemente utilizada como uma ferramenta de controle social (Chomsky, 2014). Para Temer e Nery (2009, p. 9), “nos dias de hoje, o acesso à informação tornou-se um elemento essencial para que o indivíduo possa exercer a cidadania e estar preparado para sobreviver e ser produtivo”, reforçando uma visão de cidadania bastante ligada ao capitalismo. Para elas, o acesso à informação é o elemento básico, por isso, pontuam que é importante o uso de parâmetros, de paradigmas e de teorias para compreender os meios de comunicação, o seu alcance e a influência na sociedade. Neste sentido, Temer e

Nery (2009, p. 10) definem as teorias da comunicação como “conjunto de ideias que buscam entender e explicar as ações humanas”.

Posto isto, esta dissertação se concentra nas teorias da comunicação ligadas à exposição seletiva. Por fim, abordam-se os fenômenos do filtro bolha e das câmaras de eco.

2.5.1 Teorias da comunicação e exposição seletiva

A partir do exposto anteriormente, evidencia-se a importância do estudo das teorias da comunicação para entendermos o impacto da mídia na sociedade e também do contexto social para a mídia. Ressalta-se que as teorias da comunicação saíram de um contexto no qual o receptor era considerado um agente passivo, evoluindo para modelos em que se admite a existência de um público ativo e mais crítico. Isso é um fator extremamente positivo por colaborar com a evolução da sociedade, mas também aumenta a possibilidade de conflitos.

Posto isto, dentre as teorias que dialogam com o fenômeno da exposição seletiva está a dos Usos e Gratificações, criada por Blumler e Katz (1974). Nessa corrente teórica, o público é visto como um agente ativo que procura os meios e informações que atendam às suas necessidades e desejos, aproximando-se dos aspectos que envolvem a seleção de conteúdos considerados como “confortáveis”. Posto isto, o indivíduo escolhe conteúdos que gratificam suas necessidades, sendo que uma dessas necessidades pode ser justamente o conforto cognitivo/emocional de consumir informações que reafirmam suas crenças e predisposições, e, ao mesmo tempo, evita/ignora os conteúdos que desafiam essas perspectivas (Lazarsfeld, Berelson e Gaudet, 1948; D’Alessio e Allen, 2002; Jonas, Schulz-Hardt e Frey, 2005; Stroud, 2008).

Por conseguinte, quando adentrarmos no campo da seletividade, destaca-se que, conforme a teoria da dissonância cognitiva (Festinger, 1957), ela funciona como um mecanismo de defesa para o indivíduo. Essa dissonância, por sua vez, trata sobre o desconforto psicológico que pode surgir em um indivíduo quando se tem cognições conflitantes, ou seja, em que as ações não estão alinhadas com atitudes, crenças e valores já existentes. Com isso, a exposição seletiva é uma aliada do indivíduo para reduzir esse estado de desconforto mental (Festinger, 1957).

Apesar do exposto, Stroud (2007) aponta para a ausência de consenso entre os autores que abordam a temática da exposição seletiva, indicando que alguns autores apontam que existem poucas evidências de que as pessoas busquem ativamente informações que as agradem (Freedman e Sears, 1965; Sears e Freedman, 1967; Kinder, 2003). Para Freedman e Sears (1965), não existem evidências suficientes para comprovar que as pessoas evitam propositalmente conteúdos contrários.

Ao avançarem suas análises, Freedman e Sears (1967) defendem que a seletividade depende de aspectos como: contexto, tema e motivação pessoal. E que muitas vezes as pessoas são expostas a conteúdos massivos, que podem divergir dos seus interesses. Para os autores, há casos em que as pessoas podem chegar a buscar informações contrárias para ampliar seus conhecimentos. Kinder (2003) reforça essa perspectiva ao sugerir que a seletividade não é regra, visto que o contato com mensagens contrárias nas mídias tradicionais (TV, rádio e jornais) é praticamente inevitável.

Alguns autores contemporâneos (Redlawsk, 2002; Taber e Lodge, 2006) apresentam perspectivas mais próximas às ideologias de Lazarsfeld, Berelson e Gaudet (1948). Por outro lado, D'Alessio e Allen (2002) argumentam que as pessoas dão preferência às informações que confirmam escolhas anteriores, usando a exposição seletiva para reduzir o desconforto após a decisão.

No âmbito da política, as investigações de Lazarsfeld, Berelson e Gaudet (1948), evidenciam que a exposição seletiva influencia os efeitos limitados da mídia nas escolhas eleitorais das pessoas, indicando que as pessoas não recebem mensagens passivamente, mas que têm uma tendência de selecionar conteúdos que confirmem suas preferências. “A exposição à campanha não é, portanto, simplesmente uma questão de acaso, mas está sistematicamente relacionada às predisposições políticas de uma pessoa” (Lazarsfeld, Berelson e Gaudet, 1948, p. 51, tradução nossa)¹¹.

No entanto, segundo Mundim *et al.* (2022), não é possível afirmar que a exposição seletiva influencia diretamente a polarização, por outro lado, eles defendem que o impacto da polarização política sobre a exposição seletiva é mais

¹¹ *Exposure to the campaign is therefore not simply a matter of chance, but is systematically related to a person's political predispositions.*”

evidente. Eles reconhecem a existência de transformações que afetam a política, destacando a evolução das novas mídias como um fator que facilitou o acesso e consumo de conteúdos mais alinhados com as inclinações ideológicas e partidárias de cada indivíduo.

Pode-se afirmar que as novas mídias diminuíram ainda mais os custos de oportunidade inerentes aos hábitos de consumo de mídia (Baum, 2003; Flaxman; Goel; Rao, 2016) e maximizaram a obtenção de informações políticas como um subproduto de outras atividades on-line (Boczkowski; Mitchelstein; Matassi, 2018; Fletcher; Nielsen, 2018). Essas transformações acarretaram uma série de consequências políticas. Uma das mais discutidas nos últimos anos foi justamente o impacto da exposição seletiva na polarização política (Fiorina; Abrams; Pope, 2006; Abramowitz; Saunders, 2008). Embora Prior (2013) argumente que não há evidências de que a mídia partidária seja uma das causas da polarização, Levendusky (2013a, 2013b), a partir de uma série de experimentos, indica que sim. Em uma abordagem mais ensaística, Sunstein (2007) defende que a internet facilita o surgimento de atitudes políticas mais extremas e intolerantes, ainda que estudos empíricos apresentem evidências do contrário (Boxell; Gentzkow; Shapiro, 2018). Ou seja, ainda não temos clareza se a exposição seletiva tem influência sobre a polarização, como concluem estudos recentes (Iyengar et al., 2019). (Mundim *et al.*, 2022, p. 3).

Mundim *et al.* (2022) argumentam que a exposição seletiva não é absoluta a ponto de as pessoas escolherem apenas as mídias que apresentem aquilo que elas desejam saber, embora isso possa ocorrer em alguns casos. Com isso, Mundim *et al.* (2022) concluem que existem dois preditores importantes dos hábitos de consumo de mídia dos brasileiros: a filiação partidária e os hábitos de consumo de mídia dos brasileiros.

Ademais, a perspectiva de Stroud (2007) é de que, além de escolher o que assistir, a pessoa também tem uma percepção seletiva e enviesada, sendo que as crenças são ativadas com maior facilidade pela memória.

Por fim, salienta-se que, apesar da ausência de consenso sobre a exposição seletiva, este fenômeno colabora para a formação de outros, entre eles: as bolhas informativas e as câmaras de eco, podendo ocasionar o aumento da polarização política, com o maior afastamento entre pessoas que pensam de maneira diferente, e, conseqüentemente, influenciar no crescimento do radicalismo partidário.

2.5.2 Filtro bolha

As redes sociais facilitam, em muitos aspectos, o cotidiano das pessoas, incluindo as atividades pessoais e de trabalho. Por isso, elas se tornaram cada vez mais populares. Entretanto, elas também podem limitar os indivíduos, uma vez que possuem algoritmos que definem quais conteúdos aparecem para cada usuário, com base no seu comportamento e interações (Kaufman e Santaella, 2020). Essa dinâmica favorece a criação do “*filter bubble*”¹² (filtro bolha), termo criado por Eli Pariser em 2011 para se referir ao fenômeno no qual os conteúdos que se adequam ao gosto de cada usuário são exibidos com maior frequência. Assim, a partir do comportamento do usuário e dos dados coletados, os algoritmos criam uma dinâmica de reforço da visão de mundo de cada indivíduo, criando ambientes desconectados do restante do mundo, isto significa que “a bolha nos aprisiona em dados que se assemelham a tudo que já conhecemos, compartilhamos e nos relacionamos” (Fava, 2013, p. 2).

O argumento de Pariser (2012) é de que o filtro bolha, além de limitar a visão das pessoas, molda as opiniões e pode afetar negativamente a sociedade e a democracia. Consequentemente, esses filtros bolhas também impactam no conhecimento, já que as pessoas perdem a possibilidade de ver sob novos ângulos.

A bolha dos filtros tem custos tanto pessoais como culturais. Ela traz consequências diretas para quem usa filtros personalizados (e, muito em breve, quase todos nós os usaremos, conscientemente ou não). Também gera consequências sociais, que surgem quando uma massa de pessoas começa a viver uma existência filtrada... Quando deixados por conta própria, os filtros de personalização servem como uma espécie de autopropaganda invisível, doutrinando-nos com as nossas próprias ideias, amplificando nosso desejo por coisas conhecidas e nos deixando alheios aos perigos ocultos no obscuro território do desconhecido. Na bolha dos filtros, há menos espaço para os encontros fortuitos que nos trazem novas percepções e aprendizados. A criatividade muitas vezes é atijada pela colisão de ideias surgidas em disciplinas e culturas diferentes (Pariser, 2012, p. 20).

Conforme essa pessoa fica “imersa” dentro de suas próprias convicções, cria-se uma bolha informacional, com isso, dificilmente a pessoa será impactada por conteúdos com ideias e opiniões divergentes daquilo que ela pensa, criando um estado de isolamento intelectual, que pode também apresentar impactos sociais

¹² PARISER, Eli. *The Filter Bubble: How the New Personalized Web Is Changing What We Read and How We Think*: Penguin Books, 2011.

como a recusa em reconhecer o resultado de uma eleição, ofensas a grupos minoritários e intolerância com aqueles que pensam de maneira diferente (Nunes e Traumann, 2023).

É importante destacar ainda que, segundo Pariser (2012), esses filtros afetam a maioria das pessoas sem que elas sequer saibam da existência deles e das consequências que eles ocasionam, por isso, são considerados invisíveis. E, como a maioria das pessoas se sente satisfeita com os conteúdos que o filtro selecionou, elas acabam considerando que essa personalização dos conteúdos disponibilizados é positiva. Porém, esse reforço das crenças, visões, gostos e interesses reflete em uma homogeneidade das informações consumidas (Kaufman e Santaella, 2020). No âmbito da política, O'Neil (2016) aponta que, quando o eleitor ouve o que quer, ele fica mais inclinado a aceitar as informações sem questioná-las, por confirmar as suas crenças (viés da confirmação).

Portanto, no filtro bolha, a diversidade e a troca de conhecimentos entre as pessoas é bastante limitada, e, ao mesmo tempo, as pessoas têm a falsa sensação de liberdade de escolha, ou seja, as pessoas acabam não tendo consciência de que o filtro bolha influencia as suas escolhas (Fava, 2013).

Essa personalização das informações disponibilizadas aos usuários demonstra que existe um grande interesse das empresas que desenvolvem essas plataformas em manter as pessoas cada vez mais ativas nesses canais. Quanto mais tempo alguém passa conectado, mais conteúdos serão consumidos e mais dados pessoais tendem a ser capturados. E, em uma sociedade capitalista, esses dados se consolidam como um elemento essencial para campanhas publicitárias.

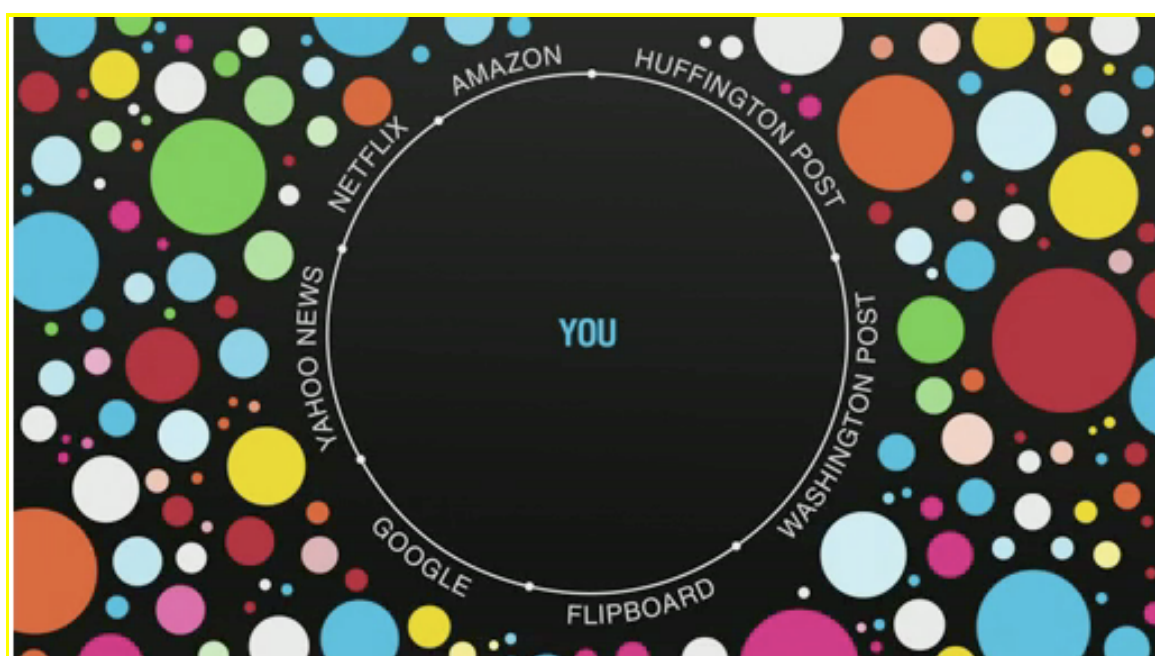
O código básico no seio da nova internet é bastante simples. A nova geração de filtros on-line examina aquilo de que aparentemente gostamos – as coisas que fazemos, ou as coisas das quais as pessoas parecidas conosco gostam – e tenta fazer extrapolações. São mecanismos de previsão que criam e refinam constantemente uma teoria sobre quem somos e sobre o que vamos fazer ou desejar a seguir. Juntos, esses mecanismos criam um universo de informações exclusivo para cada um de nós – o que passei a chamar de bolha dos filtros – que altera fundamentalmente o modo como nos deparamos com ideias e informações (Pariser, 2012, p. 15).

Para uma melhor compreensão do filtro bolha, Pariser (2011), em um evento do TED Talks¹³, utilizou algumas imagens ilustrativas que tratam sobre esse aspecto

¹³ Vídeo disponível em: https://www.ted.com/talks/eli_pariser_beware_online_filter_bubbles. Acesso em 02 set. 2025.

preocupante da comunicação no ambiente digital. Ele utiliza três imagens com círculos contendo a palavra “YOU” (você, em português) no centro e os nomes de algumas plataformas (Amazon, Huffington Post, Washington Post, Flipboard, Google, Yahoo News e Netflix) na borda externa do círculo. Na figura 2, o círculo preto central representa o indivíduo cercado por algumas plataformas digitais. Do lado de fora do círculo, aparece uma diversidade de pontos coloridos, sendo que cada um representa diferentes tipos de informações, opiniões e perspectivas. Logo, a figura 2 simboliza a variedade de informações disponíveis no mundo digital.

Figura 2 - Representação da diversidade de informações disponíveis no ambiente digital



Fonte: Eli Pariser: Beware online "filter bubbles" | TED Talk

Em seguida, a figura 3 destaca que em volta da pessoa aparecem diversas bolhas azuis, todas semelhantes. Do lado externo, continuam aparecendo bolhas com muitas cores diferentes. Isso ilustra que, nesse momento, os algoritmos já começaram a filtrar e selecionar os conteúdos que o indivíduo recebe, baseados nos cliques, buscas e preferências identificados por essas ferramentas. Posto isto, a pessoa passa a receber somente um tipo de conteúdo (representado pelas bolhas azuis), embora as bolhas coloridas (diversidade) ainda estejam presentes do lado de fora da imagem, o que significa que existe diversidade, mas a pessoa não tem acesso a ela.

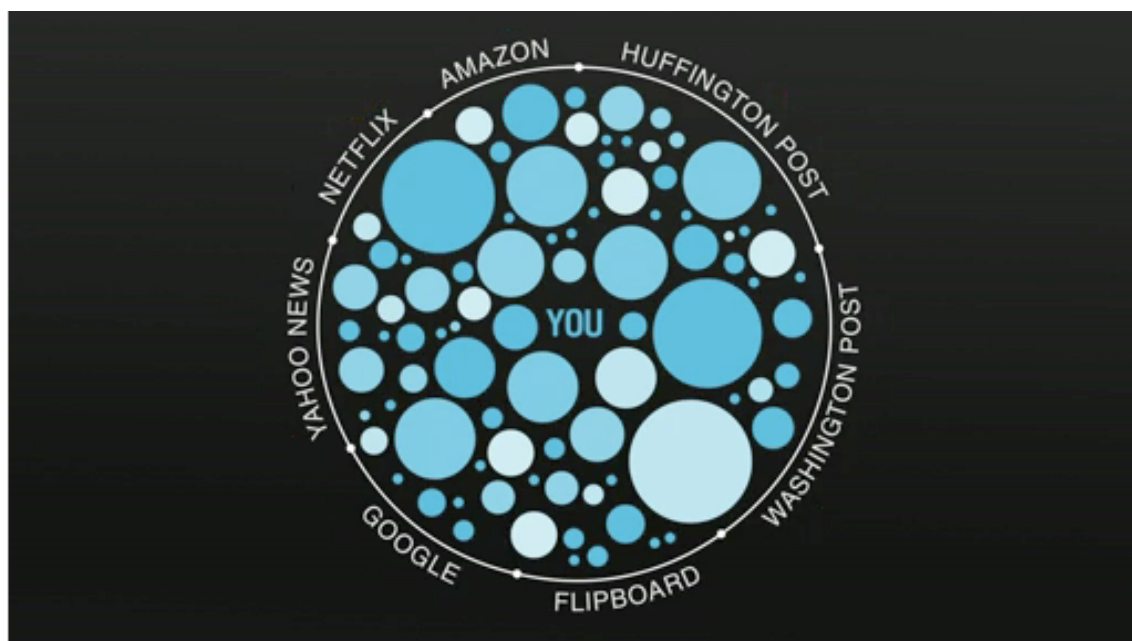
Figura 3 - Representação do processo de organização de conteúdos com base nas preferências do usuário



Fonte: Eli Pariser: Beware on-line "filter bubbles" | TED Talk

Na última imagem apresentada (figura 4), o círculo aparece completamente preenchido apenas com bolhas azuis, simbolizando o estágio final do filtro bolha, em que a pessoa fica isolada da pluralidade de informações. Neste caso, a pessoa fica completamente “presa” dentro da sua bolha.

Figura 4 - Representação do estágio final do filtro bolha (isolamento do indivíduo da pluralidade)



Fonte: Eli Pariser: Beware *online "filter bubbles"* | TED Talk

Além dos problemas já apontados em razão da formação do filtro bolha, à medida que as pessoas “perdem” o acesso a informações diferentes das que acreditam, elas tendem a ser menos tolerantes e isso tende a se agravar ainda mais quando a pauta envolve temas mais polêmicos, como a política. Conforme destacado por Pariser (2012), no campo democrático, as bolhas de informação podem fragmentar a sociedade em grupos polarizados. Entende-se que “a democracia exige que nos baseemos em fatos compartilhados; no entanto, estão nos oferecendo universos distintos e paralelos” (Pariser, 2012, p. 11). Deste modo, essas bolhas prejudicam a cognição das pessoas, a construção de diálogos construtivos e acentuam divisões sociais (Pariser, 2011; Nunes e Traumann, 2023) e podem também colaborar com o enfraquecimento da democracia, já que o filtro bolha favorece a parcialidade e inviabiliza consensos.

O pior efeito do filtro bolha é justamente o fato dele prender as pessoas no seu próprio “bairro de informações”, sem que elas consigam ter a capacidade de explorar todas as possibilidades do ambiente on-line (Pariser, 2012, p. 242). Nesse sentido, a bolha pode fazer com que as pessoas se tornem menos flexíveis e deixem de enxergar aquilo que não as interessa (Pariser, 2012), favorecendo a intolerância e o preconceito (Nunes e Traumann, 2023). E, se essas bolhas favorecem apenas a

circulação de informações com as quais as pessoas concordam, independentemente de suas fontes, é possível que circule uma grande quantidade de informações falsas apenas por reforçar um posicionamento político (Recuero *et al.*, 2017).

Pariser (2012) é bastante perspicaz ao apontar que faz parte do comportamento humano optar por produtos de mídia que são mais atraentes para os interesses e gostos individuais, mas que a maior problemática é que o filtro bolha apresenta três novas dinâmicas com as quais precisaremos lidar. Inicialmente, ele afirma que cada indivíduo está sozinho em sua própria bolha. Por isso, “numa época em que as informações partilhadas são a base para a experiência partilhada, a bolha dos filtros é uma força centrífuga que nos afasta uns dos outros” (Pariser, 2012, p. 15).

Em segundo lugar, essas bolhas são invisíveis, com isso “por não sabermos os critérios que os sites usarão para filtrar os diversos assuntos, é fácil intuir que as informações que nos chegam por meio de uma bolha de filtros sejam imparciais, objetivas, verdadeiras” (Pariser, 2012, p. 16). Contudo, o autor argumenta que, quando estamos em uma bolha, não conseguimos ver com clareza o nível de parcialidade.

Em relação à terceira dinâmica, Pariser (2012) diz que não escolhemos entrar em uma bolha.

Quando ligamos o canal Fox News ou lemos o jornal The Nation, estamos fazendo uma escolha sobre o tipo de filtro que usamos para tentar entender o mundo. É um processo ativo: nós conseguimos perceber de que modo as inclinações dos editores moldam a nossa percepção, como quando usamos óculos com lentes coloridas. Mas não fazemos esse tipo de escolha quando usamos filtros personalizados. Eles vêm até nós – e, por serem a base dos lucros dos sites que os utilizam, será cada vez mais difícil evitá-los (Pariser, 2012, p. 16).

No contexto brasileiro, podemos estabelecer que, ao optar por assistir à TV Globo, ao Sistema Brasileiro de Televisão e à Rede Record, por exemplo, a pessoa “escolhe” determinada linha editorial com base nas suas preferências. Ou seja, quando a pessoa decide consumir conteúdo de determinado canal, ela estaria fazendo uma escolha (filtro). Mas, nas redes sociais, apesar da pessoa escolher acessar essas mídias, o filtro bolha não é estruturado ativamente pelo usuário, já que ele sequer tem conhecimento acerca do funcionamento dos algoritmos utilizados. Por isso, quando se trata do ambiente digital, Nunes e Traumann (2023)

afirmam que o país vive um processo de bolhificação política que tem como consequência um novo ecossistema de comunicação enviesado, em que as pessoas estabelecem contato praticamente exclusivo apenas com quem tem as mesmas preferências políticas.

O fato do filtro bolha promover distorção da percepção das pessoas acerca do que é importante e real, faz com que seja necessário torná-lo visível, ou seja, compreensível e que seja de conhecimento dos usuários que as suas escolhas são influenciadas por ele (Pariser, 2012; Fava, 2013), já que “numa era de enrijecimento das opiniões, o eleitor fora da bolha termina decidindo a eleição” (Nunes e Traumann, 2023, p. 20). Porém, esses algoritmos são complexos e operam sem transparência. Com isso, os usuários dessas redes possuem poucas informações acerca de como eles são utilizados para mapear as preferências políticas de cada um (Sandvig, 2015). Desta maneira, o usuário não possui nenhum controle sobre o filtro, embora seja diretamente afetado por ele.

Por fim, Pariser (2012) defende que o filtro bolha nos move em direção oposta aos interesses democráticos. Uma vez dentro desse filtro, o indivíduo passa a pensar somente em suas próprias questões, ignorando aspectos como os interesses coletivos e o bem-estar social. “Precisamos entrar em contato com a vida de outras pessoas, seus desejos e necessidades. A bolha dos filtros nos move na direção oposta – cria a impressão de que nosso interesse próprio é tudo que existe” (Pariser 2012, p. 177).

Por isso, os esforços devem ser concentrados em conscientizar as pessoas sobre a existência desses filtros, bem como em encontrar soluções que minimizem os efeitos negativos que eles exercem na sociedade.

Além do exposto anteriormente, é importante destacar ainda que o filtro bolha é um dos mecanismos que contribuem para a formação de câmaras de eco, fenômeno abordado no tópico seguinte.

2.5.3 Câmaras de eco

A câmara de eco, conforme a literatura levantada sobre o assunto (Sunstein, 2017; Recuero *et al.*, 2017; Razin, 2019), trata sobre a construção de espaços fechados, um ambiente onde as pessoas são expostas a opiniões, visões e ideias alinhadas com crenças preexistentes. Com isso, é criado um processo no qual as pessoas que pensam de maneira semelhante ficam isoladas entre si, isto é, sem

exposição a perspectivas diferentes (Sunstein, 2017; Recuero *et al.*, 2017; Levy; Razin, 2019). Por isso, é bastante comum a sua ocorrência em grupos e tribos (Sunstein, 2017), mas, ao contrário do filtro bolha, a câmara de eco envolve um processo de escolha do indivíduo, logo, ele decide fazer parte desse sistema e se isolar socialmente de quem pensa e age diferente.

Para viabilizar a correta compreensão sobre as câmaras de eco, Levy e Razin (2019) dividem o termo em dois, estabelecendo que as câmaras se referem aos indivíduos que se segregam àqueles que possuem ideias, comportamentos e crenças similares. Por outro lado, eles apontam que o eco trata sobre as pessoas influenciadas de maneira não racional pelas crenças dos demais indivíduos com quem se comunicam dentro do ambiente.

Quanto à formação das câmaras de eco, Sunstein (2017) diz que elas são influenciadas pela homofilia¹⁴, que envolve a escolha da pessoa em se relacionar com quem pensa de maneira semelhante; pelos algoritmos das plataformas digitais, que, conforme apontado anteriormente, priorizam conteúdos que visam agradar a pessoa com foco em um maior tempo de permanência nessas plataformas e no engajamento; e, pelas bolhas informacionais, corroborando para a propagação de *fake news*, conforme apontado por Kaufman e Santaella (2020).

A limitação das pessoas a uma exposição seletiva, alimentada pelos algoritmos, intensifica as tendências homofílicas, ou seja, aquelas de só se buscar concordâncias e fugir das discordâncias, tendências, de resto, que já fazem parte do funcionamento do psiquismo humano. De fato, na homofilia encontra-se a fonte primeira das *fake news*. Essas são de variadas espécies, desde a mera brincadeira, o trolling, os memes que visam enganar, as meias verdades até a mentira. Infelizmente estas últimas têm muito mais apelo do que as informações honestas. Em função de seu apelo, as *fake news* têm mais probabilidade de serem compartilhadas do que notícias corretas. Mas as grandes causadoras dos compartilhamentos são as crenças nas quais os indivíduos se enclausuram: só gostam daquilo que está em concordância com o que confortavelmente pensam e sentem. É justamente o perfil de cada um que é rastreado pelos algoritmos. Portanto, o grande vilão não é simplesmente o algoritmo, mas a dificuldade que o ser humano tem para transformar seu modo de pensar e ver o mundo (Kaufman; Santaella, 2020, p. 8).

Esses argumentos reforçam que o ser humano é seletivo naturalmente, mas os algoritmos acabam reforçando isso. “Só gostamos do que é espelho e

¹⁴ Conforme o Dicionário Michaelis o termo homofilia se refere a semelhança decorrente de uma mesma origem ou de um ancestral comum.

costumamos escapar daquilo que aparece como diferente. A alteridade produz apreensão e mesmo temor diante da ameaça da perda de nós mesmos” (Santaella, 2020, p. 22-23). E, a partir das exposições de Kaufman e Santaella (2020), é fundamental ressaltarmos que existem diferentes tipos de *fake news*, que vão desde as mais simples até aquelas que ferem princípios democráticos e colocam em risco o bem-estar social. Mas o fato é que, em geral, elas atraem mais a atenção das pessoas pelo apelo emocional e, ao reforçar as crenças do indivíduo, as *fake news* tendem a ser compartilhadas em maior escala do que as notícias verdadeiras.

Seguindo essa perspectiva, Levy e Razin (2019) apontam que as câmaras de eco decorrem da combinação de dois fenômenos: a escolha das pessoas em se isolar ao lado de outros com visões semelhantes e os vieses cognitivos que estimulam a polarização quando essas crenças são compartilhadas nesses ambientes, configurando o eco.

Conforme Sunstein (2017), essas câmaras de eco podem apresentar sérios riscos à governabilidade, mesmo sem violência, uma vez que elas podem dificultar a adoção de boas soluções e até mesmo favorecer notícias ruins. Apesar de o afastamento entre as pessoas, decorrente de suas opiniões, não ser recente, a internet e as redes sociais colaboram para que os efeitos da câmara de eco se disseminem na sociedade. Entretanto, a ideia de isolamento total nas plataformas digitais não condiz com a realidade atual. Inclusive, Recuero *et al.* (2021) defendem que existem problemáticas que envolvem a proposição de isolamento apontada por Sunstein (2017).

A proposição de Sunstein possui alguns problemas, a começar pela falta de uma definição clara do conceito. Além disso, evidências apontam que grupos completamente isolados, como os mencionados por Sunstein, são extremamente raros (BRUNS, 2019). Ainda neste contexto, diversos estudos mostram que usuários de plataformas de redes sociais são expostos, em maior ou menor grau, a conteúdo de alguma forma heterogêneo – Guess *et al.* (2018) e Barberá (2020) discutem alguns deles, enquanto Bakshy *et al.* (2015), Barberá (2015), Flaxman *et al.* (2016), Dubois e Blank (2018) e Eady *et al.* (2019) apresentam evidências empíricas. Por outro lado, Bail *et al.* (2018) mostram que a exposição a informações heterogêneas em cenários de acirrada polarização pode aumentar a polarização – ainda que este seja um fenômeno que necessita de mais estudos, visto que as evidências até o momento são controversas (BARBERÁ, 2020) (Recuero *et al.*, 2021, p. 4).

Guess *et al.* (2018) revelam que, apesar de as pessoas demonstrarem preferência por conteúdos ideologicamente agradáveis, as evidências de que elas

evitam conteúdos que não seriam agradáveis são fracas. Além disso, apontam que as câmaras de eco *offline* seriam mais fortes do que as documentadas on-line. “As evidências de câmaras de eco são, na verdade, mais fortes nas redes sociais offline, o que pode aumentar a exposição a opiniões e informações semelhantes e amplificar a polarização partidária” (Guess *et al.*, 2018, p. 15, tradução nossa)¹⁵.

Em contrapartida, Levy e Razin (2019) afirmam que essas câmaras de eco são apontadas como o motor por trás das divergências políticas, incluindo o aumento da violência, da polarização política e de comportamentos políticos extremistas.

Consoante às ideias de Sunstein (2007), em contextos democráticos bem estruturados e saudáveis, as pessoas não vivem isoladas em ambientes de informações homogêneas, sendo expostas à diversidade de opiniões e ideias. A ausência disso, conforme esse entendimento, é prejudicial à democracia. Posto isto, é importante considerar que embora o isolamento informacional seja um dado da realidade, ele não é tão homogêneo quanto se pensa.

¹⁵ *Evidence for echo chambers is actually strongest in offline social networks, which can increase exposure to like-minded views and information and amplify partisan messages.*

3 POLARIZAÇÃO, RADICALISMO PARTIDÁRIO E COMPORTAMENTOS POLÍTICOS EXTREMISTAS

A polarização política e o radicalismo partidário são fenômenos interligados, mas que muitas vezes são tratados erroneamente de maneira intercambiável, inclusive em veículos tradicionais de comunicação, o que pode ocasionar dúvidas na população. Por isso, é importante que seja feita a correta diferenciação entre eles, com a exposição das suas definições e principais características — o que será feito ao longo deste trabalho.

3.1 Origem dos conflitos intergrupais e paradigma de grupo mínimo

Ao analisar o contexto da polarização política nos Estados Unidos, Mason (2018) utiliza o experimento “A Caverna dos Ladrões”, mais conhecido como Robbers Cave, realizado em 1954 (figura 5), para iniciar as suas explicações sobre polarização política. “Inspirou anos de investigação cada vez mais precisa e abrangente, analisando exatamente como a nossa pertença a grupos nos molda, afeta as nossas relações com pessoas de fora e distorce as nossas percepções da realidade objetiva” (Mason, 2018, p. 11, tradução nossa)¹⁶. Assim, embora a autora reconheça as limitações do experimento Robbers Cave, ela argumenta que esta análise é essencial para a compreensão acerca dos conflitos entre grupos, uma vez que ele é considerado um dos primeiros estudos a analisar essas questões.

¹⁶ *It inspired years of increasingly precise and wide-ranging research, looking into exactly how our group memberships shape us, affect our relationships with outsiders, and distort our perceptions of objective reality.*

Figura 5 - Alguns meninos percorrendo o caminho para participarem, sem saber, do experimento “A Caverna dos Ladrões”



Fonte: Documentos de Carolyn e Muzafer Sherif, Centro de História da Psicologia Drs. Nicholas e Dorothy Cummings, Universidade de Akron.

À época, os psicólogos sociais Muzafer Sherif e Carolyn Wood Sherif e seus colegas de pesquisa recrutaram 22 alunos da quinta série e os enviaram para dois acampamentos diferentes no Robbers Cave State Park, em Oklahoma (EUA). O estudo ocorreu sem que os pais e os próprios garotos soubessem que se tratava de um experimento psicológico (Mason, 2018), contrariando os princípios éticos necessários para a realização deste tipo de estudo.

Entre os fatos sobre o experimento, Mason (2018) destaca que nenhum dos garotos se conhecia, que eles foram selecionados com características muito semelhantes para serem quase idênticos, sendo todos brancos, protestantes e de classe média. Mason (2018) relata que as equipes, denominadas Eagles (águias) e Rattlers (cascavéis), ficaram sabendo da existência uma da outra após duas semanas e, mesmo sem nenhum contato anterior, começaram a proferir ofensas e ameaçar aqueles que eram considerados oponentes.

Com o tempo, essas diferenças se tornaram ainda mais intensas, com uso contínuo de termos depreciativos e atos de violência, como a queima de bandeiras, depredações e agressões.

Os Eagles queimaram a bandeira dos Rattlers. Os Rattlers invadiram a cabana dos Eagles no meio da noite. As Águias invadiram a cabana dos Rattlers no meio do dia. Meninos de ambos os lados começaram a coletar pedras para usar em combate, brigas começaram, e a equipe decidiu "parar a interação completamente para evitar possíveis ferimentos" (Sherif et al. 1988, 115). Eles foram enviados de volta para seus acampamentos separados. No final da segunda semana, vinte e dois garotos muito parecidos que se conheceram duas semanas antes formaram duas tribos quase guerreiras, com apenas o leve empurrão do isolamento e da competição para encorajá-los (Mason, 2018 p. 11-12 , tradução nossa)¹⁷.

Assim, Mason (2018) destaca que, mesmo com tantas similaridades entre esses jovens, já que eles foram selecionados observando-se interesses em comum, bastou a criação de dois grupos distintos e o estímulo à competição para que eles passassem a se ver como inimigos (figura 6), isso sem qualquer contato anterior ou existência prévia de conflitos entre algum dos membros. Por estas razões, este experimento é de grande importância para analisarmos como o ambiente e a situação social podem estimular a existência de conflitos entre grupos.

¹⁷ *The Eagles burned the Rattlers' flag. The Rattlers raided the Eagles' cabin in the middle of the night. The Eagles raided the Rattlers' cabin in the middle of the day. Boys from both sides began to collect rocks to use in combat, fistfights broke out, and the staff decided to "stop the interaction altogether to avoid possible injury" (Sherif et al. 1988, 115). They were sent back to their separate camps. By the end of the second week, twenty-two highly similar boys who had met only two weeks before had formed two nearly warring tribes, with only the gentle nudge of isolation and competition to encourage them.*

Figura 6 - Lutas corporais entre as equipes



Fonte: Documentos de Carolyn e Muzafer Sherif, Centro de História da Psicologia Drs. Nicholas e Dorothy Cummings, Universidade de Akron.

Complementarmente, o estudo buscou entender como o conflito entre grupos pode afetar a percepção da realidade, demonstrando a existência de viés de grupo e distorção da realidade.

No início da terceira semana, o conflito afetou as habilidades dos adolescentes de julgar a realidade objetiva. Eles receberam a tarefa de coletar o máximo possível de feijões do chão. A coleta de cada menino foi vista por ambos os grupos em um retroprojetor por cinco segundos. Os campistas foram solicitados a estimar rapidamente o número de feijões coletados por cada criança. Cada menino estimou mais feijões para seus próprios companheiros de equipe do que para as crianças da equipe adversária. Os experimentadores mostraram a eles o mesmo número de feijões todas as vezes (Mason 2018, p. 11, tradução nossa)¹⁸.

Ou seja, embora o estudo tenha utilizado uma dinâmica simples e objetiva, as avaliações dos participantes foram tendenciosas, com cada jovem favorecendo o seu próprio grupo e menosprezando o grupo adversário, mesmo com um número

¹⁸ *By the start of the third week, the conflict had affected the boys abilities to judge objective reality. They were given a task to collect as many beans off the ground as possible. Each boy's collection was viewed by both groups on an overhead projector for five seconds. The campers were asked to quickly estimate the number of beans collected by each child. Every boy estimated more beans for their own teammates than for the children on the opposing team. The experimenters had shown them the same number of beans every time.*

idêntico de feijões para todos. Logo, ao que parece, não é necessário muito para as pessoas terem suas percepções alteradas e se verem como inimigas. O simples fato do outro ter opinião diferente e ser de um grupo considerado distinto já parece suficiente para que um veja o outro negativamente. Mesmo sem se conhecerem, as pessoas acabam considerando aqueles do outro grupo como inferiores.

A conclusão de Mason (2018) é de que os Rattlers e Eagles estavam envolvidos em uma competição de soma zero. “Apenas um time pode vencer, e o outro time perde. Essa ameaça de perda provará ser um ingrediente essencial na polarização moderna”, Mason (2018, p. 22, tradução nossa)¹⁹. A autora considera que as identidades sociais podem alterar a forma como as pessoas enxergam o mundo, logo, o conflito de soma zero entre os grupos é facilmente exacerbado. Mason (2018) também pontua que esses conflitos podem ser reais ou não. No caso do experimento de Cave, por exemplo, os meninos das duas equipes começaram a se ver como inimigos e acusar uns aos outros de sabotagem, algo que nunca ocorreu de fato.

Por outro lado, Woodward e Persinger (2025) ponderam que o estudo também apresentou métodos que visam eliminar preconceitos criados, evidenciando que situações que exigem a cooperação de grupos podem ajudar a reduzir as divisões e conflitos. Mas, eles destacam que o estudo concluiu que a simples união entre grupos opostos em atividades cotidianas, sem a exigência de uma cooperação real para a solução de algum problema que afete ambos os grupos, não ajuda a reduzir problemas e discriminação, mas tende a agravá-los.

Apesar dos dados serem de um estudo de 1954, a nossa sociedade não evoluiu muito nesse sentido. Ainda é perceptível a existência de diversos conflitos e extremismos, em especial quando tratamos de assuntos como futebol, religião e política, que acabam gerando situações conflituosas inclusive entre amigos e familiares.

No cenário do futebol, percebe-se que apenas o fato da pessoa torcer para um time oposto já é suficiente para a existência de ofensas e agressões físicas, que já desencadearam inclusive em vários óbitos, conforme frequentemente noticiado na mídia. Quando falamos de religião, também não é diferente, o Brasil ainda sofre com

¹⁹ *Only one team can win, and the other team loses. This threat of loss will prove to be an essential ingredient in modern polarization.*

a intolerância religiosa em cenário no qual as pessoas acham que sua opção é melhor do que a das outras e acabam criando conflitos e até mesmo destruindo símbolos de religiões diferentes, como a quebra de imagens de santos e usando expressões pejorativas como “chuta que é macumba”²⁰. E, na política, a situação também preocupa, pois estamos vivenciando uma era com grandes divergências, alta polarização e crescimento do radicalismo partidário, em que as pessoas partem para ofensas e agressões com a justificativa de defesa de seus pontos de vista. Ademais, durante esses conflitos, as pessoas criam estereótipos negativos para o grupo contrário, visando ofendê-lo e demonstrar uma “suposta superioridade” em relação aos opositores.

Essa acentuação de conflitos por divergências entre grupos demonstra que, em geral, um grupo tende a se sentir melhor, mais preparado, mais inteligente e mais sofisticado do que seus oponentes. Por isso, é comum que, mesmo quando esses grupos apresentem características semelhantes, um se sinta superior ao outro e adote uma postura de intolerância e desrespeito por aqueles que estão no grupo contrário.

Embora este estudo seja concentrado na área da psicologia, ele é importante para a compreensão da relação dos seres humanos com os meios de comunicação e com a política. Neste contexto, é necessário entender que o ser humano é guiado por comportamentos, que podem ser impulsionados conforme o contexto em que ele está inserido. Logo, se a pessoa está exposta a situações de ameaças e conflitos, ela tende a reagir vendo as demais pessoas que estão fora do seu grupo como ameaças reais. Do mesmo modo, se a pessoa consome informações que estimulam divisões sociais, reforçam vieses e destacam intensamente a existência de conflitos, ela pode ser estimulada a adotar comportamentos que podem desencadear o extremismo político.

3.2 Partidarismo

Para Mason (2018), na ciência política, a compreensão do partidarismo sofreu mudanças significativas, destacando que em meados do século passado, os

²⁰ Notícia: Estudo alerta sobre intolerância religiosa nas redes sociais. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/midia/estudo-alerta-sobre-intolerancia-religiosa-nas-redes-sociais>. Acesso em: 29 ago. 2025.

especialistas da área consideravam o partidarismo como um fenômeno distintamente social.

Lazarsfeld, Berelson e Gaudet (1944) escreveram: “Uma pessoa pensa, politicamente, como é, socialmente” (27). Em 1960, Angus Campbell e os seus colegas da Universidade de Michigan publicaram *The American Voter*, que descrevia a identificação partidária como uma “identificação psicológica” e uma “orientação afetiva”. Eles acreditavam que a identificação com um partido não era simplesmente um registro de votações anteriores ou um indicador de escolha de voto futuro” (Mason, 2018, p. 61, tradução nossa)²¹.

Nesta perspectiva, a identificação partidária não é proveniente de uma análise racional, mas sim moldada pela inserção social do indivíduo. O argumento de Paiva *et al.* (2016, p. 640) é de que “partidarismo funciona como importante fenômeno de estruturação e predição das escolhas eleitorais e políticas enraizadas, sendo fundamental para fomentar a legitimidade do sistema político”.

Complementarmente, Paiva *et al.* (2016, p. 640) apontam que, o eleitor partidário, não se limita a expressar suas preferências baseadas em fatores momentâneos, mas compreende a política de maneira mais abrangente, compartilhando valores, orientações e princípios do partido.

Entretanto, apesar da importância do partidarismo, a perspectiva de Mason (2018) é de que ele pode gerar níveis significativos de preconceito partidário, pois conforme as identidades sociais se alinham por trás de partidos, os preconceitos se expandem para além do que o partidarismo pode fazer por si só, evidenciando que as opiniões políticas são vulneráveis a sugestões partidárias. Mas, se ocorre o isolamento do eleitorado em relação aos seus oponentes partidários, os partidos se tornam um instrumento de divisão, com a crença de que deve-se lutar por um troféu, ou seja, a vitória eleitoral a qualquer custo (Mason, 2018).

O partidarismo torna-se irresponsável quando envia partidários para a ação as razões erradas. O ativismo é quase sempre uma coisa boa, particularmente quando nos preocupamos tanto com um eleitorado apático. Mas se o eleitorado é movido à ação por um desejo de vitória que excede seu desejo pelo bem maior, a ação não

²¹ Lazarsfeld, Berelson, and Gaudet (1944) wrote, “a Person thinks, politically, as he is, socially”. In 1960, Angus Campbell and his colleagues at the University of Michigan published *The American Voter*, which described partisan identification as a “psychological identification” and an “affective orientation.” They believed that identifying with a party was not simply a record of past voting or an indicator of future vote choice.

é mais, no que diz respeito ao eleitorado geral, responsável (Mason, 2018, p. 15, tradução nossa²²).

A partir desse entendimento de Mason (2018), ao analisarmos a política brasileira, verifica-se que estamos em um cenário de partidarismo e antipartidarismo (Paiva *et al.*, 2016; Samuel e Zuzzo, 2018), com o PT em uma posição central, reforçando o petismo (identidade partidária positiva em relação ao PT) e o antipetismo (identidade partidária negativa em relação ao PT).

Há, nesse sentido, um cenário de forte identificação política e emocional (petismo) e de rejeição sistemática (antipetismo), indicando grande similaridade com a visão de Samuels e Zucco (2018) de que o antipartidarismo também pode se constituir em uma identidade social capaz de influenciar de maneira significativa o comportamento eleitoral dos indivíduos.

Entretanto, independente da preferência política, para Mason (2018), as pessoas com atitudes partidárias fortes tendem a ficar mais irritadas do que as partidárias fracas quando o partido está ameaçado. Do mesmo modo, essas pessoas tendem a ser mais entusiasmadas e engajadas. “Os partidários têm duas vezes mais probabilidade de apoiar a violência se a parte contrária for violenta primeiro” (Kalmoe e Mason, 2022, p. 9, tradução nossa)²³.

À medida que aspectos como religião, raça, etnia, classe social, cultura, gênero, local de moradia se alinham com a preferência partidária, saímos de um cenário de identidade social única, com o partidarismo assumindo a posição de uma mega-identidade, com ampliações psicológicas, comportamentais e partidárias (Mason, 2018).

Logo, se por um lado, as atitudes partidárias fortes ajudam a fortalecer a democracia ao estimular a participação das pessoas. Por outro lado, esse envolvimento emocional das pessoas com o partidarismo político prejudica a capacidade de estabelecimento de consenso e respeito entre as partes.

²² *Partisanship grows irresponsible when it sends partisans into action for the wrong reasons. Activism is almost always a good thing, particularly when we have so often worried about an apathetic electorate. But if the electorate is moved to action by a desire for victory that exceeds their desire for the greater good, the action is no longer, as regards the general electorate, responsible.*

²³ *Partisans are twice as likely to endorse violence if the opposing party is violent first.*

3.3 Transformação da polarização política em radicalismo partidário

Apesar das suas especificidades, a transformação da polarização política em radicalismo partidário não é exclusividade do Brasil e apresenta algumas similaridades com a realidade norte-americana, historicamente dividida entre republicanos (conservadores) e democratas (liberais). Nos Estados Unidos, a eleição de Trump em 2016 é considerada o “ápice de um processo pelo qual o eleitorado americano se tornou profundamente dividido socialmente ao longo de linhas partidárias” (Mason, 2018, p. 12, tradução nossa)²⁴. Abramowitz (2011) pondera que, desde 2004, pesquisas de opinião revelam que os americanos já estavam bastante divididos entre aqueles que apoiavam George W. Bush e os que se opunham de maneira intensa a ele.

No cenário brasileiro, a polarização também não é um fenômeno recente, mas a proporção que ela vem tomando ao longo dos anos é preocupante por ampliar conflitos sociais, ideológicos e políticos. Desde a ditadura, a divisão política era bastante clara, mas Nunes e Traumann (2023) argumentam que nesse período havia a determinação da intransigência como política de estado e que a redemocratização a partir de 1985 é uma exceção a um contexto histórico marcado por ausência de liberdade, autoritarismo, eleições fraudulentas e intolerância.

Por isso, apesar de muitos veículos de comunicação retratarem a polarização política como um problema atual, é preciso reconhecer que a história do país evidencia um longo período de polarização, conflitos sociais, ideológicos e religiosos, que colaboraram para o ponto atual de inflexão política. As diferenças (identidades) entre as pessoas passaram a prevalecer sobre o interesse coletivo, mas existiram diversos fatores que contribuíram para uma transformação da polarização política em radicalismo partidário no Brasil. É sobre isso que falaremos nos parágrafos seguintes.

No Brasil democrático, inicialmente, esse antagonismo entre candidatos com diferentes visões, críticas e acusações incisivas era protagonizado pelo PT e PSDB entre 1994 e 2014, mas não era algo tão extremo a ponto de pregar a eliminação do adversário (Nunes; Traumann, 2023). Contudo, à medida que o PSDB perdeu

²⁴ *The election of Trump is the culmination of a process by which the American electorate has become deeply socially divided along partisan lines.*

espaço, Bolsonaro surge como alternativa antipetista. Por isso, “a eleição de 2018 é o ponto de inflexão na transformação da polarização partidária em um fenômeno mais extremado, no qual o radicalismo começou a transbordar para o cotidiano” (Nunes; Traumann, 2023, p. 16). E, “na eleição de 2022, a mais disputada da história, o Brasil viveu um processo de polarização extrema” (Nunes; Traumann, 2023, p. 15).

Atualmente, alguns pesquisadores (Ribeiro, 2018; Bello, 2023) defendem a existência de uma divisão do país que se concentra entre apoiadores do Partido dos Trabalhadores (PT) e pessoas que rejeitam o PT (antipetismo). Essas pessoas são consideradas participantes de uma dinâmica em que cada grupo se define pela rejeição da caricatura do seu oposto (Ribeiro, 2018). E, além da eleição de Jair Messias Bolsonaro em 2018 e sua ascensão ao poder em 2019, vários outros fatores viabilizaram um cenário mais radicalizado, dos quais destacam-se os escândalos de corrupção enfrentados pelo país, o impeachment de Dilma Rousseff (2016) e o crescimento da extrema direita nos últimos anos, bem como o acirramento político das eleições de 2022.

Contudo, Kalmoe e Mason (2022) defendem a necessidade democrática da polarização nos casos em que um partido busca promover a democracia e outro se opõe violentamente a ela. Nesta lógica, a polarização serve justamente para assegurar a pluralidade. Por isso, apesar da polarização ser comumente entendida apenas como algo ruim para a sociedade, há estudiosos que pontuam que ela não é necessariamente negativa, visto que ela ajuda a simplificar as escolhas eleitorais e também por colaborar para o aumento da mobilização e da participação política (Levendusky, 2009; Abramowitz, 2011; Nunes; Traumann, 2023). A perspectiva é que em um contexto de divisões ideológicas, as pessoas tendem a participar de maneira mais ativa com foco nos seus interesses, já que a não-participação ocasionaria uma perda.

Na literatura tradicional, é estabelecido que essa polarização ocorre devido à separação ideológica entre as vertentes liberal e conservadora, direcionando-as aos seus extremos (McCarthy; Poole; Rosenthal, 2006; Fiorina, 2010; Mason, 2018). E, embora existam variáveis distintas, assim como nos Estados Unidos, percebe-se que a polarização política brasileira ganha forças por questões identitárias e relacionadas a competições intergrupais, conforme apontado por Mason (2018) ao tratar sobre o fenômeno Trump. Este é um cenário em que a identidade social e a

vontade de vencer estão se tornando mais importantes do que a política em si (Mason, 2018).

Para Mason (2018), conforme as divergências políticas e ideológicas aumentam, há uma fusão entre identidade social e identidade política, transformando as fronteiras partidárias em identitárias. A partir disso, o fato de apoiar determinado partido passou a significar quem a pessoa é, e não somente o que ela pensa. Esse alinhamento de identidades partidárias a outras questões sociais alimenta a intolerância mútua com pessoas que pensam e agem de maneira diferente, ocasionando um aumento considerável nos níveis de desacordo político (Mason, 2018). Neste caso, essas identidades políticas ganham novas proporções, configurando-se como novas identidades, e os partidos estão cada vez mais se dividindo em relação a identidades fundamentais que tendem a gerar intolerância e hostilidade (Klein, 2020).

A maior problemática, segundo Mason (2018), é que, com o aumento da intolerância, as pessoas tendem a abandonar o consenso e o respeito às diferenças, que são essenciais à democracia, corroborando para um cenário de apoio à violência política e acabam adotando condutas cada vez mais radicalizadas. Assim, à medida que os comportamentos políticos extremos (violências verbais e físicas, intolerância política, discursos de ódio) se tornaram cada vez mais frequentes no cenário político brasileiro, saímos de um contexto de polarização política tradicional para um processo de radicalismo partidário. Esse processo é evidenciado por ataques entre grupos distintos, discursos antidemocráticos e ações cada vez mais violentas que deslegitimam o processo democrático e vão contra os preceitos do pluralismo político, que estabelece a necessidade de convivência consensual de diferentes visões ideológicas.

De acordo com Mason (2018), com o alinhamento de identidades partidárias, ideológicas, religiosas e de outras questões sociais, os grupos acabam se tornando socialmente homogêneos, de modo que os indivíduos optam por conviver com quem pensa e age de maneira similar. Neste contexto, as emoções e paixões humanas ganham cada vez mais importância no contexto sociopolítico. Por isso, embora exista a necessidade de embasar as escolhas políticas na razão e com foco em propostas políticas, há evidências de que cada vez mais as pessoas estão agindo e pensando baseadas em suas paixões (Mason, 2018; Fuks e Marques, 2022), suas crenças de grupo e se afastam de aspectos necessários para o bem-estar social, a

exemplo do respeito às diferenças, heterogeneidade e preservação da saúde democrática.

Consoante a isso, para Iyengar *et al.* (2019), além da animosidade entre os apoiadores de diferentes linhas político-partidárias, essa polarização afetiva também possui indicadores prévios de sentimentos de adesão e rejeição, em que a pessoa tende a gostar mais do seu grupo (*ingroup*) e nutrir antipatia, ódio, rejeição e sentimento de competição em relação a um grupo oposto (*outgroup*), conforme apontado por Mason (2018). Para Da Cunha (2025, p. 8), na polarização afetiva, “o outro – com suas opiniões, afetos e modos de vida distintos – torna-se uma ameaça ou um ruído, algo a ser evitado”.

Assim como nos EUA, a eleição presidencial brasileira calcificou o mecanismo de escolha, em que os interesses perderam forças para as paixões. Mais do que uma escolha racional entre dois projetos diferentes de país, a disputa entre Lula e Bolsonaro foi entre duas visões de mundo, dois países diferentes entre si. Foi durante a presidência de Bolsonaro que a separação identitária ajudou a sedimentar a afinidade dos grupos que aprovavam e reprovavam o governo. Essa consolidação da identidade foi impulsionada tanto pela antipatia resoluta dos petistas quanto pelo apoio contínuo dos antipetistas. Isso significa que, não importava o que Bolsonaro fizesse ou falasse, ele teria o apoio dos seus e a oposição dos petistas (Nunes; Traumann, 2023, p. 18).

No caso norte-americano, Mason (2018) defende que a polarização atual não é baseada em divergências de políticas públicas e ideológicas, mas em aspectos afetivos e identitários. Neste último caso, trata-se de uma polarização diretamente ligada à identidade de grupo e ao sentimento de raiva em relação aos adversários, criando conflitos cada vez mais intensos entre dois grupos partidários. Ou seja, para Mason (2018), as pessoas se tornam mais propensas à adoção de preconceitos e estereótipos em relação ao grupo oposto, indicando a propensão a escolhas mais emocionais e menos racionais. No Brasil, caminha-se para a mesma direção.

O transbordamento da polarização extrema para o dia a dia se tornou mais do que apenas uma identificação política. No Brasil calcificado, parte do público está disposta a boicotar marcas e produtos quando as empresas se manifestam sobre temas relacionados ao país, sobretudo os referentes a questões sociais e minorias. Celebidades e artistas também se veem às voltas com boicotes e cancelamentos nas redes sociais em função de suas falas e seus posicionamentos sobre o Brasil (Nunes e Traumann, 2023, p. 24).

Neste sentido, à luz de Mason (2018), a política se tornou a identidade das pessoas, agora elas não estão preocupadas com pautas como saúde, educação, economia, mas sim com o grau de identificação emocional e social com determinado partido político. Por meio de dados quantitativos, ela demonstra que, ao menos nos EUA, a vitória política se tornou mais importante do que a implementação de políticas em prol do bem-estar coletivo.

Logo, mesmo com diferenças históricas significativas, tanto no Brasil quanto nos EUA, a literatura aponta que saímos do contexto tradicional de polarização marcada pelas distâncias entre as ideologias partidárias (Mason, 2018; Nunes; Traumann, 2023), em que as pessoas discordam sobre políticas públicas ou propostas concretas, para um contexto de polarização identitária e afetiva, onde as pessoas se alinham de maneira homogênea por identidade de grupo (raça, religião, classe, partido) em relação a um partido político (Mason, 2018; Iyengar *et al.*, 2019; Nunes; Traumann, 2023).

Para Mason, (2018, p. 35, tradução nossa)²⁵, “as identidades sociais geram resultados psicológicos e comportamentais distintos”, sendo que três deles constituem o processo de polarização atual. Para a autora, o primeiro aspecto da polarização é o preconceito partidário. O segundo refere-se à ação política das pessoas que, ao se identificarem com determinado grupo social, tendem a adotar medidas para defendê-lo e, se esse grupo for ameaçado, uma pessoa com forte ligação com ele provavelmente lutará para assegurar a permanência e posição do grupo. Por fim, Mason (2018, p. 35, tradução nossa)²⁶ afirma que o terceiro aspecto é a reatividade emocional, que pode fazer com que “os membros do grupo mais fortemente identificados sintam raiva aumentada diante de uma ameaça ao grupo e maior entusiasmo quando o grupo for vitorioso”. Esses aspectos apontamentos de Mason (2018) possuem certa similaridade com a realidade do Brasil.

Na política brasileira, essa polarização de caráter afetivo impacta diversas áreas da sociedade, pois “quando a polarização vira uma relação de afeto, o adversário passa a ser seu inimigo, uma ameaça à própria existência do grupo, um mal a ser destruído” (Nunes e Traumann, 2023, p. 139). E, conforme essa

²⁵ *Social identities generate distinct psychological and behavioral outcomes.*

²⁶ *In particular, the most strongly identified group members will feel heightened anger in the face of a threat to the group and greater enthusiasm when the group is victorious.*

polarização afetiva se intensifica a ponto de ultrapassar os limites democráticos, em que o foco passa a ser eliminar aqueles com posicionamentos partidários diferentes, essa polarização corrobora para o crescimento de comportamentos políticos extremistas e afeta o bem-estar social.

Fuks e Marques (2022, p.568) apresentam argumentos importantes e dados de que “a polarização afetiva é mais expressiva em relação às lideranças políticas do que em relação aos partidos”, o que reforça o cenário atual do país em relação a Lula e Bolsonaro. Para Fuks e Marques (2022, p. 570), existe ainda uma assimetria da polarização afetiva no Brasil, indicando que os eleitores de direita apresentaram, em 2018, maior índice de desafeição pelo PT do que o de eleitores do PT em relação aos partidos rivais, em consonância com o crescimento da direita e extrema direita nos últimos anos.

Cabe ressaltar que, em contextos mais radicais, as pessoas ignoram a necessidade de consenso, se manifestam de maneira mais violenta, propagam discursos de ódio, ofensas, violências físicas e mortes, ignorando os direitos dos outros (Mason, 2018; Iyengar *et al.*, 2019; Kalmoe; Mason, 2022; Nunes; Traumann, 2023). Entretanto, cabe destacar que, embora o desrespeito em relação aos direitos dos outros seja uma tônica da sociedade racista, machista, homofóbica e desigual, esse aspecto acaba se agravando com o crescimento de comportamentos extremistas no âmbito político-ideológico, criando um ambiente propício para o aumento de vulnerabilidades. Assim, a polarização:

Atinge de forma expressiva grupos sociais vulneráveis atuantes no campo político progressista, em especial, a população negra, que responde por 47% dos casos e mulheres Cis-gênero, transexuais e travestis que representam 41% das vítimas...Tem como principais causas as motivações de fundo partidário e ideológico; as fundamentadas em questões de gênero e orientação sexual; as causas econômicas e territoriais e as causas fundamentadas nas questões étnico-raciais...Machismo, Racismo, Homofobia, Transfobia, Assédio e Capacitismo estão entre os 8 principais tipos de tratamentos ofensivos proferidos por motivação política (Justiça Global; Terra de Direitos, 2023, p. 16-17).

O aumento da violência por razões políticas e partidárias, tanto em relação às lideranças políticas²⁷ quanto aos eleitores²⁸, é preocupante por várias razões. A violência política, por si só, afeta significativamente o contexto social, mas, por ampliar as vulnerabilidades sociais, aumenta significativamente a preocupação quanto à garantia dos direitos constitucionalmente previstos e causa inseguranças na população quanto à confiabilidade do sistema democrático. Além disso, ela acirra ainda mais a divisão dos grupos, uma vez que as pessoas passam a ter a crença de que, para serem beneficiadas, é preciso que os outros sejam preteridos.

A polarização deixa as pessoas cada vez mais radicais em suas visões e menos dispostas a ceder, a buscar acordos e chegar a meios-termos. Ela também conduz a uma falta de respeito e de tolerância pela opinião do outro. Quando as vozes moderadas são ignoradas ou desrespeitadas, as pessoas podem se voltar para movimentos radicais que prometem soluções simplistas para problemas complexos. Em uma sociedade sem diálogos construtivos, a governança se torna mais difícil e os impasses políticos, mais frequentes. A democracia depende do diálogo construtivo entre diferentes grupos e indivíduos. Se as pessoas não estão dispostas a ouvir e considerar outros pontos de vista, o diálogo se torna ineficaz, e as decisões políticas passam a ser tomadas de forma unilateral, sem considerar as necessidades e as preocupações de todos os cidadãos, o que, por sua vez, leva a uma erosão da confiança: quando as pessoas não se sentem ouvidas nem respeitadas, perdem a confiança no sistema democrático. A desilusão pode levar à apatia política, de modo que a população se afasta da participação cívica (Nunes e Traumann, 2023, p. 182).

Sendo assim, Nunes e Traumann (2023, p. 28) argumentam que “a primeira lição é aceitar que a polarização afetiva é um dado da realidade”. Da Cunha (2025, p. 8) reforça esse argumento, destacando que, além de ser uma marca da atualidade, a polarização afetiva compromete a “empatia, escuta e transformação mútua”, afetando relacionamentos em um modelo relacional em que “não se discute mais ideias: odeia-se pessoas”.

Logo, na política “a identificação social com o partido é um motivo óbvio para o radicalismo, juntamente com uma tendência geral para pensar e agir

²⁷ O Observatório da Violência Política e Eleitoral (OVPE), realizado pelo Grupo de Investigação Eleitoral da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (GIEL/UNIRIO), realiza o levantamento dos casos de violência contra lideranças políticas e seus familiares. Disponível em: <http://giel.uniriotec.br/?file=boletins>. Acesso em: 10 abr. 2025.

²⁸ Apoiadores de Bolsonaro realizaram pelo menos 50 ataques em todo o país. Disponível em: <https://apublica.org/2018/10/apoiadores-de-bolsonaro-realizaram-pelo-menos-50-ataques-em-todo-o-pais/>. Acesso em: 9 set. 2025.

agressivamente na vida cotidiana (traço de agressão)”, (Kalmoe e Mason, 2022, p. 72, tradução nossa)²⁹, o que pode ocasionar prejuízos sociais, gerar instabilidade política no país e colocar a própria democracia em risco (Kalmoe; Mason, 2022; Nunes; Traumann, 2023). Esse radicalismo inviabiliza a formação de consensos que visam beneficiar a população e chega a interferir na construção e aprovação de políticas públicas (Abramowitz, 2011), dificultando o fortalecimento da sociedade e a redução de desigualdades sociais.

Portanto, “o Brasil de opiniões radicalizadas é um dilema para todos os brasileiros” (Nunes; Traumann, 2023, p. 17), que atualmente são influenciados por duas lideranças carismáticas (Lula e Bolsonaro), e, por isso, eles colaboram para o reforço de divisões entre pessoas politicamente engajadas.

Essa polarização extrema é um fenômeno umbilicalmente ligado à volta do populismo mundial, o conceito que entende o antagonismo político como o confronto entre o bem (o povo) e o mal (as elites) e coloca o centro do debate no âmbito moral, em detrimento de plataformas e propostas políticas. Pode ser encontrada no debate sobre o nacionalismo hindu na Índia, no combate ao tráfico de drogas nas Filipinas, nas políticas antimigratórias na Europa ocidental, nas candidaturas antissistema no Chile e na Argentina e no nativismo do “Torne a América grande de novo” de Donald Trump (Nunes; Traumann, 2023, p. 17).

Nunes e Traumann são enfáticos ao destacarem que os perfis de Lula e de Bolsonaro contribuíram para que a eleição de 2022 se concretizasse como um embate marcado pela rejeição mútua. “Ambos eram conhecidos, amados e odiados com igual paixão”, Nunes e Traumann (2023, p. 86). Por isso, a eleição girou em torno de um confronto conduzido por essas duas lideranças polarizadoras e por eleitorados incapazes de tolerar a existência do lado oposto.

Mas, os autores reforçam que a ausência de um ou dos dois nos próximos pleitos não deve devolver o país à normalidade, afinal, essa radicalização de opiniões causou muitos reflexos sociais, sendo que “houve um transbordamento da disputa política para o cotidiano, contaminando as relações na família, no trabalho, no ensino e no consumo” (Nunes; Traumann, 2023, p. 23). Não é incomum encontrar pessoas que se afastaram de amigos, parentes e colegas por divergências de opinião política nos últimos tempos, afinal, é mais fácil conviver com quem pactua as mesmas convicções, reforçando a existência da polarização afetiva na política

²⁹ *Social identification with the party is an obvious motive for radicalism, along with a general tendency to think and act aggressively in everyday life (trait aggression).*

brasileira. Em contrapartida, ao se isolarem de quem pensa diferente e não terem trocas de informações que ampliam a visão de mundo, essas pessoas formam opiniões cada vez mais enviesadas e a tendência é de que o país se torne cada vez mais polarizado.

Ademais, cabe destacar o potencial de influência de lideranças polarizadoras sobre os eleitores. “As suas palavras têm o poder de aumentar o radicalismo partidário no público ou, ainda mais poderosamente, de o moderar” (Kalmoe e Mason, 2022, p.153, tradução nossa)³⁰. Prova disso é a influência exercida por Bolsonaro sobre seus apoiadores mesmo após perder as eleições de 2022, que culminou na manifestação de diversos comportamentos políticos extremistas no país, conforme veremos a seguir.

3.4 Manifestações de comportamentos políticos extremistas no Brasil

Nos últimos anos, em especial, a partir de 2016, com o impeachment de Dilma Rousseff, são cada vez mais frequentes as situações em que as pessoas demonstram atitudes partidárias mais extremas. Ainda durante o processo, que posteriormente a destituiria do poder, a ex-presidente teve a sua imagem usada em adesivos pejorativos e de caráter sexual. Em um deles, produzido para ser colocado na entrada do tanque de combustível de carros, aparecia uma montagem do rosto de Dilma em um corpo de pernas abertas, revelando misoginia e sexismo impulsionados por um contexto político.

Pode-se destacar ainda o uso de expressões negativas para proferir ofensas àqueles que são considerados adversários. Os opositores do ex-presidente do Brasil Jair Messias Bolsonaro passaram a chamar os apoiadores deste representante da direita de “gado” e “bolsominions”. Ambos pejorativamente, tentando categorizá-los como seres servis, capachos, ingênuos e desprovidos de iniciativa crítica. Inclusive, o próprio Bolsonaro acabou ganhando o apelido de “Bozo” por parte de grupos opositores, em alusão ao palhaço Bozo³¹. Por outro lado, os apoiadores da esquerda recebem nomes como mula, jumento, burro. Conforme o grupo contrário, esses

³⁰ *Words matter, especially from top party leaders. Theirs words have power to ratchet up partisan radicalism in the public or, even more powerfully, to tone it down.*

³¹ O palhaço Bozo é um personagem americano criado em 1946, por Alan Wendel Livingston. O personagem foi um grande sucesso na televisão brasileira na década de 80 e voltou às telas do SBT em 2005. Em tom de deboche, o termo “Bozo” passou a ser usado por opositores do ex-presidente Jair Messias Bolsonaro.

nomes revelariam a falta de intelecto dos apoiadores do PT. O atual presidente, Luiz Inácio Lula da Silva, também recebeu nomes como “Luladrão” e “9 dedos” (uma crítica à característica física dele por ter perdido um dedo da mão esquerda). Os próprios candidatos estimularam esses conflitos em muitos momentos (Nunes; Traumann, 2019), antes, durante e após as eleições. Lula, por exemplo, já usou alguns termos como “titica”, “gângster”, “genocida”, “golpista” e “insano” para se referir a Bolsonaro³² em 2023. Enquanto Bolsonaro já utilizou nomes como ladrão³³, quadrilheiro³⁴, “cachaceiro”³⁵, “capeta que quer impor o comunismo”³⁶ e “vagabundo”³⁷ para se referir ao petista.

Ademais, essas situações de violência ultrapassaram as ofensas verbais, com diversos casos de violência física e assassinatos. Ainda em 2016, a estudante e ativista política Mayra de Souza³⁸, 27 anos, foi agredida verbalmente e com dois socos no rosto, em um bar no Distrito Federal, por um simpatizante de Jair Bolsonaro, à época deputado federal. De acordo com relatos da vítima, o agressor,

³² Lula tenta preservar antibolsonarismo como força política para 2026. Folha de S.Paulo, 15 jul. 2023. Disponível em:

<https://www1.folha.uol.com.br/colunas/bruno-boghossian/2023/07/lula-tenta-preservar-antibolsonarismo-como-forca-politica-para-2026.shtml>. Acesso em: 13 set. 2025.

³³ Propaganda de Bolsonaro que chama Lula de ‘ladrão’ é suspensa por determinação do TSE. Disponível em:

<https://oglobo.globo.com/politica/noticia/2022/10/propaganda-de-bolsonaro-que-chama-lula-de-ladrao-e-suspensa-por-determinacao-do-tse.ghtml>. Acesso em: 13 set. 2025.

³⁴ Bolsonaro chama Lula de “quadrilheiro” e diz que não é ladrão em discurso no Rio. Disponível em:

<https://www.cnnbrasil.com.br/politica/bolsonaro-chama-lula-de-quadrilheiro-e-diz-que-nao-e-ladrao-em-discurso-no-rio/>. Acesso em: 13 set. 2025.

³⁵ Ao criticar número de ministérios, Bolsonaro chama Lula de ‘cachaceiro’ no Twitter. Disponível em:

<https://www.cnnbrasil.com.br/politica/bolsonaro-chama-lula-de-cachaceiro-e-critica-aumento-do-numero-de-ministerios/>. Acesso em: 13 set. 2025.

³⁶ Em discurso, Bolsonaro chama Lula de ‘capeta que quer impor o comunismo’. Disponível em:

<https://noticias.uol.com.br/eleicoes/2022/09/13/em-discurso-bolsonaro-chama-lula-de-capeta-que-quer-impor-o-comunismo.htm>. Acesso em: 13 set. 2025.

³⁷ Bolsonaro chama Lula de vagabundo, após petista ligá-lo a incêndios. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/coluna/radar/bolsonaro-chama-lula-de-vagabundo-apos-petista-liga-o-a-incendios/>

<https://veja.abril.com.br/coluna/radar/bolsonaro-chama-lula-de-vagabundo-apos-petista-liga-o-a-incendios/>. Acesso em: 15 set. 2025.

³⁸ Mulher é agredida com dois socos por simpatizante de Bolsonaro. Disponível em: https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/cidades/2016/07/02/interna_cidadesdf.538796/mulher-e-agredida-com-dois-socos-por-simpatizante-de-bolsonaro.shtml. Acesso em: 5 set. 2025.

Diego Oliveira da Rocha, gritava: “Bolsonaro 2018”, em uma clara demonstração de crime por razões políticas.

No final de março de 2018, em uma aparente tentativa de ataque a Luiz Inácio Lula da Silva, dois ônibus da caravana do petista foram atingidos por tiros no Paraná³⁹. No dia 15 de junho do mesmo ano, um drone lançou fezes e urina em participantes de um evento que aguardavam a presença de Lula em Minas Gerais⁴⁰. Em mais um ato de intolerância, em outubro de 2018, o jornalista Guilherme Daldin⁴¹, que vestia uma camiseta com a imagem de Lula, foi atropelado por um homem que em suas postagens no Facebook propagava discursos de ódio e a morte de apoiadores do PT.

O candidato à presidência, Jair Messias Bolsonaro, durante uma agenda eleitoral no Acre, no dia 1 de setembro, fez um discurso em cima de um trio elétrico e explanou “vamos fuzilar a petralhada aqui no Acre”⁴² (figura 7), sendo ovacionado pelos seus apoiadores. No momento da fala, o político utilizou um tripé (instrumento utilizado para estabilizar equipamentos fotográficos) para simular disparos de uma arma. O caso teve bastante repercussão na mídia tradicional e nas redes sociais. Os opositores criticaram a atitude de Bolsonaro, considerando o ato como uma forma de incitação à violência e de propagação de discurso de ódio. Após o impacto negativo da fala, a assessoria do presidente alegou que a fala teria sido uma “brincadeira” (O Globo, 2018).

³⁹ Ônibus de caravana são atacados a tiros. “Querem matar Lula”, diz Gleisi. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/eleicoes/2018/noticias/2018/03/27/onibus-da-caravana-de-lula-e-atacado-em-estrada-no-parana.htm>. Acesso em: 9 set. 2025.

⁴⁰ Drone provoca tumulto durante evento com Lula em Minas. Leia mais em: <https://veja.abril.com.br/coluna/radar/drone-provoca-tumulto-durante-evento-com-lula-em-minas/>. Acesso em: 9 set. 2025.

⁴¹ Em Curitiba, carro é jogado contra eleitor que vestia camiseta com imagem de Lula. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2018/10/09/em-curitiba-carro-e-jogado-contra-eleitor-que-vestia-camiseta-com-imagem-de-lula/>. Acesso em: 9. set. 2025.

⁴² Mais informações disponíveis em: <https://exame.com/brasil/vamos-fuzilar-a-petralhada-diz-bolsonaro-em-campanha-no-acre/>. Acesso em: 15 abr. 2025.

Figura 7 - Imagem de Bolsonaro simulando uso de fuzil durante ato de campanha no Acre



Foto: reprodução Youtube

Posteriormente, no dia 6 de setembro de 2018, Bolsonaro foi alvo de um ataque físico. Ele foi esfaqueado⁴³ por Adélio Bispo durante um comício em Juiz de Fora–MG, enquanto era carregado no colo por um grupo de apoiadores. O candidato passou por um longo processo de recuperação, com internações e cirurgias, sendo eleito presidente alguns meses após o incidente. O autor do ataque foi detido em flagrante e confessou o crime alegando estar cumprindo uma “ordem de Deus”. Adélio foi considerado inimputável pela justiça, ficando sob a custódia do Estado e encontra-se em internação psiquiátrica por tempo indeterminado. Após as investigações, a Polícia Federal concluiu que não houve participação de outras pessoas no atentado e a motivação do crime seria inconformismo político. Entretanto, esse episódio envolvendo o esfaqueamento de Bolsonaro ainda é controverso por circular informações, embora não confirmadas, de que esse fato seria uma farsa planejada visando a obtenção de ganhos eleitorais⁴⁴.

⁴³ Mais informações acerca do atentado contra o ex-presidente Jair Bolsonaro em: <https://g1.globo.com/mg/zona-da-mata/noticia/2018/09/06/ato-de-campanha-de-bolsonaro-em-juiz-de-fora-e-interrompido-apos-tumulto.ghtml>. Acesso em 2 fev. 2025.

⁴⁴ Da esquerda à direita: metade dos eleitores polarizados acredita em fake news sobre facada em Bolsonaro e fraude em 2022. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/blogs/pulso/post/2025/11/da-esquerda-a-direita-metade-dos-eleitor-es-polarizados-acredita-em-fake-news-sobre-facada-em-bolsonaro-e-fraude-em-2022.ghtml>. Acesso em: 13 nov. 2025.

No mês de outubro de 2018, durante uma discussão política em Salvador (BA), o mestre de capoeira Romualdo Rosário da Costa, conhecido como Moa do Katendê⁴⁵, horas após a votação do primeiro turno, afirmou que não apoiava o presidenciável Jair Bolsonaro e que votou no petista Fernando Haddad. Em virtude disso, o capoeirista de 63 anos foi brutalmente assassinado com 12 facadas pelo barbeiro Paulo Sérgio Ferreira de Santana. Germínio do Amor Divino Pereira, 51 anos, primo da vítima, também ficou ferido no ataque. De acordo com a investigação policial, o crime ocorreu por discussão político-partidária.

Em julho de 2022, o petista Marcelo Aloizio Arruda⁴⁶ foi morto, enquanto comemorava seu aniversário de 50 anos, por Jorge Guaranho (apoiador de Bolsonaro). Outro caso que repercutiu na mídia foi o assassinato de Benedito Cardoso dos Santos⁴⁷, de 42 anos, morto com mais de 70 golpes de faca e machado, em Confresa (MT). A vítima foi atacada por Rafael Silva de Oliveira, que confessou ter cometido o crime.

Ainda em setembro de 2022, segundo informações da Polícia Civil de Cascavel-CE, Edmilson Freire da Silva entrou em um bar e perguntou quem votaria no candidato petista e matou Antônio Carlos Silva de Lima⁴⁸, de 39 anos, após ele informar que votaria em Lula. No mesmo dia da morte de Antônio, Hildor Henker⁴⁹, de 34 anos, que vestia uma camisa de apoio a Bolsonaro, foi esfaqueado por um homem identificado pela polícia como simpatizante do PT em um bar localizado em Rio de Sul, interior de Santa Catarina.

Em outubro do mesmo ano, o estilista e apoiador de Bolsonaro, José Roberto Gomes Mendes⁵⁰, de 51 anos, foi executado com golpes de faca pelo petista, Luiz

⁴⁵ Investigação policial conclui que morte de Moa do Katendê foi motivada por briga política; inquérito foi enviado ao MP:

<https://g1.globo.com/ba/bahia/noticia/2018/10/17/investigacao-policia-conclui-que-morte-de-moa-do-katende-foi-motivada-por-briga-politica-inquerito-foi-enviado-ao-mp.ghtml>.

⁴⁶ Notícia: Homem invade festa aos gritos de 'Aqui é Bolsonaro' e mata dirigente petista, diz polícia. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-62116595>.

⁴⁷ Notícia: Apoiador de Lula foi morto com mais de 70 golpes de faca e machado, aponta Polícia Civil. Disponível em: <https://g1.globo.com/mt/mato-grosso/noticia/2022/09/26/apoiador-de-lula-foi-morto-com-mais-de-70-golpes-de-faca-e-machado-aponta-policia-civil.ghtml>.

⁴⁸ Acusado de assassinar eleitor de Lula por briga política vai a júri popular. Disponível em: <https://g1.globo.com/ce/ceara/noticia/2024/07/17/acusado-de-assassinar-eleitor-de-lula-por-briga-politica-vai-a-juri-popular.ghtml>.

⁴⁹ Notícia: Homem morre ao ser esfaqueado após discussão política em bar de SC. Disponível em: <https://www.metropoles.com/brasil/homem-morre-ao-ser-esfaqueado-apos-discussao-politica-em-bar-de-sc>.

⁵⁰ Notícia: Petista mata bolsonarista a facadas após discussão política em SP. Disponível em: <https://www.metropoles.com/brasil/petista-mata-bolsonarista-a-facadas-apos-discussao-poli>

Antônio Ferreira da Silva. Os dois eram amigos e moravam juntos há cerca de 5 anos em Itanhaém, interior de São Paulo. O crime aconteceu durante o almoço após José Roberto afirmar que, “todo petista é ladrão”. Como resposta, Luiz Antônio disparou: “você está comendo a comida que o petista comprou”, ressaltando que os alimentos foram comprados com dinheiro do Bolsa Família (programa de transferência de renda para pessoas carentes instituído na primeira gestão de Luiz Inácio Lula da Silva como presidente do Brasil). O autor do crime relatou à polícia que agiu em legítima defesa após ser atacado pelo amigo.

E, esse ambiente de manifestações radicais se intensificou ainda mais após o resultado da eleição de 2022, em que Lula consagrou-se vitorioso por uma pequena diferença de votos em relação ao seu oponente, Bolsonaro. Conforme dados do Tribunal Superior Eleitoral (TSE)⁵¹, Lula obteve 60.341.333 votos, equivalente a 50,90% dos votos válidos, e Bolsonaro obteve 58.203.620, representando 49,10% dos votos válidos. Neste sentido, as eleições presidenciais de 2022 foram as mais acirradas da história do país, intensificando ainda mais os conflitos políticos e ideológicos já existentes. “Uma derrota por poucos votos num ambiente polarizado amplia a radicalização e a desconfiança sobre o sistema político, mesmo que seja apenas para justificar por que a vitória que parecia certa não veio” (Nunes e Traumann, 2023, p. 99).

Após isso, apoiadores de Bolsonaro foram tomados pelo sentimento de perda e passaram a questionar os resultados das urnas, com a divulgação de conteúdos falsos afirmando que houve fraude eleitoral⁵², que votos do candidato foram transferidos para Lula e que fez-se uso de algoritmos para alterar os resultados das urnas eletrônicas⁵³. E, em outubro de 2022, várias estradas brasileiras foram bloqueadas⁵⁴ por apoiadores de Bolsonaro. Entre os pedidos do grupo estavam a anulação das eleições e intervenção militar.

[tica-em-sp](#). Acesso em: 13 jan. 2024.

⁵¹ As informações completas em relação ao pleito eleitoral de 2022 estão disponíveis em: <https://www.tse.jus.br/eleicoes/eleicoes-2022/divulgacao-dos-resultados-das-eleicoes-2022>.

⁵² Fake de argentino alimentou plano para golpe e morte de Lula, diz PF. Disponível em: <https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2024/11/19/fake-de-argentino-alimentou-plano-para-golpe-e-morte-de-lula-diz-pf>. Acesso em: 3 jan. 2024.

⁵³ Informação disponível em: <https://www.terra.com.br/noticias/checamos/e-falso-que-mora-es-e-engenheiro-da-oracle-tenham-fraudado-urnas-eletronicas.5961a01ad5ee361d9abc92607840025drbu5kuno.html>

⁵⁴ Histórico acerca das paralizações e bloqueios de estradas, ocorridos em novembro de 2022: <https://www.cnnbrasil.com.br/tudo-sobre/bloqueio-nas-estradas/>.

Pouco tempo depois, em 8 janeiro de 2023, as sedes dos Três Poderes também foram invadidas e depredadas⁵⁵ (figura 8) por apoiadores do ex-presidente, Jair Bolsonaro, que buscavam alterar o resultado das eleições presidenciais de 2022, em que Luiz Inácio Lula da Silva, do Partido dos Trabalhadores (PT), se consolidou como vencedor.

Figura 8 - Invasão à sede dos Três Poderes



Foto: Marcelo Camargo/Agência Brasil

À época da invasão, Bolsonaro estava nos Estados Unidos em uma tentativa de ocultar a sua participação nos fatos, mas ele já estava sendo monitorado pela Polícia Federal como possível mentor de uma trama golpista. Conforme apontado nas investigações da PF, identificou-se a elaboração de uma minuta golpista, em que havia a decretação de Estado de Sítio⁵⁶ e da Operação de Garantia da Lei e da

⁵⁵ Informações sobre as invasões nos prédios dos Três Poderes: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2023-01/manifestantes-invadem-congresso-planalto-e-stf>.

⁵⁶ CNMP — Conselho Nacional do Ministério Público. Estado de sítio. Glossário. Disponível em: <https://www.cnmp.mp.br/portal/institucional/476-glossario/8063-estado-de-sitio>. Acesso em: 13 set. 2025.

Ordem⁵⁷ sem os devidos precedentes legais, em uma clara iniciativa de tomada violenta de poder.

Com a deflagração da Operação Lesa Pátria⁵⁸, a PF buscou identificar organizadores, financiadores e participantes do atentado. Bolsonaro passou a ser investigado na como instigador dos ataques realizados por seus apoiadores, já que questionou em suas redes sociais a confiabilidade das urnas eletrônicas e também do resultado eleitoral que culminou em sua derrota. Ao todo, cerca de 1.200 pessoas foram responsabilizadas pelo atentado, conforme informações do Supremo Tribunal Federal (STF)⁵⁹.

Além disso, no relatório final da Comissão Parlamentar Mista de Inquérito dos Atos de 8 de Janeiro de 2023⁶⁰, é ressaltado que os atentados de 8 de janeiro contaram com a participação de mais de cinco mil pessoas (tratadas como vândalos no documento) e se consolidou como o maior ataque à democracia recente do país. Conforme o documento, as investigações deixam claro que o principal líder desses atos antidemocráticos é Jair Messias Bolsonaro, que usou discursos de ódio, manipulação e diversas outras articulações em uma tentativa de golpe de Estado.

O inquérito da PF, concluído no final de 2024, apontou ainda a existência do plano "Punhal verde e amarelo⁶¹", que seria operacionalizado pelo grupo denominado "Kids pretos⁶²" (militares de forças especiais), para executar o

⁵⁷ MINISTÉRIO DA DEFESA (Brasil). Garantia da Lei e da Ordem. Brasília: Ministério da Defesa, 01 jan. 2015. Atualizado em 13 ago. 2025. Disponível em: <https://www.gov.br/defesa/pt-br/assuntos/exercicios-e-operacoes/garantia-da-lei-e-da-ordem>. Acesso em: 15 set. 2025.

⁵⁸ Operação foca na identificação de pessoas que participaram do atentado de 8 de janeiro de 2023. Ver mais em: <https://www.gov.br/pf/pt-br/assuntos/noticias/2024/08/pf-deflagra-a-29a-fase-da-operacao-lesa-patria>.

⁵⁹ Atos antidemocráticos de 8/1: 1.190 pessoas já foram responsabilizadas. Disponível em: <https://noticias.stf.jus.br/postsnoticias/atos-antidemocraticos-de-8-1-1-190-pessoas-ja-foram-responsabilizadas/>. Acesso em: 13 out. 2025.

⁶⁰ Relatório Final da Comissão Parlamentar Mista de Inquérito dos Atos de 8 de Janeiro de 2023. Disponível em: <https://legis.senado.leg.br/atividade/comissoes/comissao/2606/reuniao/12013>. Acesso em: 14 set. 2025.

⁶¹ General confirma que escreveu plano para matar Lula e Moraes, mas diz que era apenas 'pensamento digitalizado'. Disponível: <https://www.bbc.com/portuguese/articles/cwygynvgqv9o>. Acesso em: 16 set. de 2025.

⁶² O que são os 'kids pretos' citados por Moraes? Membros das Forças Especiais teriam planejado matar Lula, Alckmin e Moraes em 2022. Disponível: <https://g1.globo.com/df/distrito-federal/noticia/2025/09/09/o-que-sao-os-kids-pretos-citados-por-moraes-membros-das-forcas-especiais-teriam-planejado-matar-lula-alckmin-e-moraes-em-2022.ghtml>. Acesso em: 16 set. 2025.

presidente eleito, Luiz Inácio Lula da Silva; o vice-presidente da República, Geraldo Alckmin (PSB); e, o ministro do Superior Tribunal Federal, Alexandre de Moraes.

Em virtude dos fatos, a Procuradoria-Geral da República (PGR) formalizou, em fevereiro de 2025, a denúncia contra Jair Bolsonaro e 33 outros aliados do ex-presidente, que foram divididos em 5 núcleos conforme funções desenvolvidas no chamado plano golpista. No núcleo denominado “crucial”, estão Bolsonaro (ex-presidente da República), Alexandre Ramagem (deputado federal pelo PL-RJ, delegado da PF e ex-diretor da ABIN), Almir Garnier (ex-comandante da Marinha), Anderson Torres (ex-ministro da Justiça e delegado), Augusto Heleno Ribeiro Pereira (ex-ministro do Gabinete de Segurança Institucional e general aposentado do Exército Brasileiro), Paulo Sérgio Nogueira (ex-comandante do Exército Brasileiro e ex-ministro da Defesa), Walter Braga Netto (ex-ministro da Casa Civil) e Mauro Cid (tenente-coronel e ex-ajudante de ordens de Bolsonaro).

Como resposta a tentativa violenta de tomada de poder pela extrema direita, o Supremo Tribunal Federal (STF) condenou, em 11 de setembro de 2025⁶³, o ex-presidente Jair Bolsonaro a 27 anos e 3 meses de prisão pelos crimes de: organização criminosa, tentativa de abolição violenta do Estado Democrático de Direito, golpe de Estado, dano qualificado pela violência e grave ameaça e deterioração de patrimônio tombado. As demais penas foram estabelecidas da seguinte maneira: Walter Braga Netto (26 anos), Almir Garnier (24 anos), Alexandre Ramagem (16 anos, 1 mês e 15 dias), Augusto Heleno (21 anos), Paulo Sérgio (19 anos). Entre os membros do núcleo crucial, Mauro Cid foi o que recebeu a menor pena (2 anos) em virtude de acordo de delação premiada, em que forneceu informações essenciais para a acusação dos demais envolvidos nos crimes.

A decisão do STF ainda é passível de recurso, sendo que a efetivação das condenações ocorrerá apenas após o trânsito em julgado do processo. Mas, as investigações da PF e da PGR, bem como as ponderações do STF em relação ao caso, são significativas e demonstram a urgência de buscarmos mecanismos para tentar conter o crescimento de manifestações violentas na sociedade. Afinal, o contexto da condenação do principal representante da direita brasileira faz com que o cenário político se mantenha polarizado e os ânimos fiquem ainda mais acirrados.

⁶³ STF fixa penas de 16 a 27 anos para condenados por tentativa de golpe de Estado. Disponível em: <https://noticias.stf.jus.br/postsnoticias/stf-fixa-penas-de-16-a-27-anos-para-condenados-por-tentativa-de-golpe-de-estado/>. Acesso em: 15 set. 2025.

O país também está dividido entre quem apoia e quem discorda da condenação de Bolsonaro, conforme dados de uma pesquisa do Datafolha⁶⁴, de 13 de setembro de 2025. O estudo revela que 50% das pessoas apoiam a prisão do ex-presidente e 43% são contrárias à decisão do STF.

Cabe citar ainda as constantes tentativas do presidente norte-americano Donald Trump de interferir na política brasileira⁶⁵, demonstrando apoio às condutas de Jair Bolsonaro e com a imposição de sanções ao Brasil. As ameaças e sanções de Trump revelam um cenário preocupante de divergências ideológicas e de tensões entre Brasil e EUA. Esse “aval” de um dos principais líderes mundiais em relação aos atos de Bolsonaro pode causar ainda mais tensões e criar a falsa sensação de que atos violentos e antidemocráticos são legítimos. Isso pode inclusive reforçar as crenças de partidários de direita de que o ex-presidente Jair Bolsonaro está sendo alvo de perseguição pelas instituições brasileiras, quando na realidade as condutas realizadas são de fato ilegais e atentam contra a democracia.

Conforme visto no decorrer deste capítulo, essa radicalização de posições políticas tem sido cada vez mais frequente e pode gerar diversos problemas sociais. Alguns impactos de comportamentos extremistas no cenário da política brasileira são evidenciados no estudo “Violência Política e Democracia: panorama brasileiro pré-eleições de 2022 - Percepções sobre medo de Violência, Autoritarismo e Democracia”, realizada pelo instituto Datafolha, por solicitação da Rede de Ação Política pela Sustentabilidade (RAPS)⁶⁶. A pesquisa aponta que 67,5% dos entrevistados afirmaram ter medo de sofrer agressões em virtude de suas escolhas político-partidárias e 3,2% relataram ter sofrido ameaças por motivos políticos. Contudo, 88,1% demonstraram rejeição a ideias golpistas, defendendo que quem se consolidasse vencedor das eleições presidenciais deveria ser empossado em 1º de janeiro de 2023.

⁶⁴ Dados da Pesquisa Datafolha: 54% se opõem à anistia para Bolsonaro pelo congresso, e 39% apoiam medida. Disponível em: <https://datafolha.folha.uol.com.br/opiniao-e-sociedade/2025/09/54-se-opoem-a-anistia-para-bolsonaro-pelo-congresso-e-39-apoiam-medida.shtml>. Acesso em: 15 set. 2025.

⁶⁵ Veremos mais sanções dos EUA contra ministros do STF após condenação de Bolsonaro, diz pesquisador americano. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/articles/cm2zdyg8jrxo>. Acesso em: 16 set. 2025.

⁶⁶ Violência Política e Democracia: panorama brasileiro pré-eleições de 2022 - Percepções sobre medo de Violência, Autoritarismo e Democracia. Disponível em: <https://forumseguranca.org.br/wp-content/uploads/2022/09/pesquisa-violencia-e-democracia-2022-fbsp-raps.pdf>. Acesso em: 10 set. 2025.

Vale ressaltar que a sociedade atual é diversificada cultural e socialmente, influenciando diretamente na forma como as informações são interpretadas e apropriadas pelas pessoas, ou seja, pode ser feita mais de uma leitura acerca de um mesmo conteúdo midiático (Dalmonte, 2002). Há ainda a possibilidade de os receptores interpretarem as informações de maneira divergente da pretendida pela mídia (Dalmonte, 2002; Hall, 2005). A partir dessas diferentes interpretações, as pessoas também tendem a ter comportamentos distintos.

Além disso, reforça-se que a investigação sobre a relação entre os hábitos de consumo de mídia e o crescimento de comportamentos políticos extremistas no Brasil apresenta significativo potencial de contribuição para as áreas da comunicação, das ciências sociais e da política, a fim de entendermos o problema com maior profundidade.

4 METODOLOGIA E ANÁLISE DOS RESULTADOS SOBRE HÁBITOS DE CONSUMO DE MÍDIA E COMPORTAMENTO POLÍTICO EXTREMISTA NO BRASIL

Esta seção foca na apresentação do percurso metodológico, dos resultados e na análise dos achados desta dissertação, com foco na obtenção de respostas acerca da relação entre os hábitos de consumo de mídia, bolhas informacionais e comportamento político extremista. Essa exposição do percurso metodológico, da análise dos dados e dos resultados do *survey* “Polarização política-UnB” representa um passo importante para a obtenção de respostas e viabilizar a replicabilidade do estudo.

Inicialmente, abordam-se os procedimentos metodológicos, seguidos pelos instrumentos de coleta, sistematização e análise dos dados. Posteriormente, faz-se também a apresentação das questões levantadas pelo *survey*. Essa abordagem viabiliza a compreensão acerca da amostra utilizada, bem como das variáveis e dos modelos de regressão aplicados. Por fim, este capítulo faz a exposição dos resultados obtidos a partir da análise.

4.1 Procedimentos metodológicos

O conhecimento científico é de suma importância para a promoção de avanços na sociedade. É por meio dele que se analisam os mais variados assuntos e identificam-se respostas confiáveis e verificáveis. Assim, o conhecimento científico “exige a utilização de métodos, processos, técnicas especiais para análise, compreensão e intervenção na realidade” (Gerhardt e Silveira, 2009, p. 25).

Por conseguinte, em virtude do escopo da pesquisa, com foco em hábitos de consumo de mídia e comportamentos políticos extremistas, adota-se a abordagem quantitativa para a investigação. Inicialmente, cabe enfatizar que os métodos de pesquisa quantitativa são comumente utilizados em casos em que se deseja: “medir opiniões, reações, sensações, hábitos e atitudes etc. de um universo (público-alvo) através de uma amostra que o represente de forma estatisticamente comprovada” (Manzato e Santos, 2012, p. 7).

Complementarmente, Creswell (2007) destaca que os métodos quantitativos adotam algumas etapas importantes: a coleta de dados, a análise, interpretação e redação dos resultados do estudo. “Nos estudos quantitativos, os pesquisadores

provêm a relação entre as variáveis e apresentam-nas em termos de perguntas ou hipóteses” (Creswell, 2007, p. 25), conforme será apresentado no capítulo de resultados deste trabalho de dissertação.

4.2 Instrumentos de coleta, sistematização e análise dos dados

Para a realização deste estudo, são triangulados os instrumentos de coleta: levantamento bibliográfico, pesquisa documental e *survey*. De modo preliminar, fez o levantamento bibliográfico para uma melhor compreensão acerca do objeto de estudo e para identificar lacunas e problemas de pesquisa que não foram resolvidos (Gil, 2008).

Para tanto, fez-se uma busca associando as seguintes palavras-chave: hábitos de consumo de mídia; radicalismo partidário; polarização política e Brasil. As bases utilizadas para a pesquisa foram o Google Acadêmico, Scopus, Scielo, Doaj e Portal de Periódicos Capes, em virtude da relevância dessas bases, com a realização de buscas em português, inglês e espanhol. Também foram pesquisados conceitos como comunicação, cidadania, mídia e democracia, que estão relacionados com a área de concentração do mestrado e com este trabalho, respectivamente.

Também fez-se a busca isolada de termos (polarização política, radicalismo partidário, extremismo político e hábitos de consumo de mídia), para observar a maneira como autores clássicos e contemporâneos abordam esses assuntos e para identificar conceitos importantes que estão relacionados com o estudo em questão.

E, para um melhor entendimento dos aspectos que desencadeiam o crescimento do radicalismo partidário, a pesquisa documental foi utilizada de modo a complementar o levantamento bibliográfico, focando na exploração de fontes documentais diversas (Da Fonseca, 2002; Gil, 2008). Neste trabalho foram analisadas publicações jornalísticas sobre violência político-partidária, relatórios oficiais, relatórios de pesquisas e fotografias. Conforme argumentos de Gil (2008), nesta pesquisa faz-se uso de documentos de primeira mão (sem tratamento analítico) e de segunda mão (que já receberam algum tipo de análise).

Em relação aos dados, eles foram obtidos por meio do *survey* de opinião “Polarização política-UnB”, realizado no período de 12 a 21 de junho de 2024, com uma amostra total de 2.506 entrevistas presenciais. Trata-se de uma amostra representativa de um grupo específico: “o brasileiro com posicionamento político”,

que será usada para identificar de que forma os hábitos de consumo de mídia influenciam o crescimento de comportamentos extremistas dos eleitores brasileiros.

O *survey* é um tipo de investigação quantitativa bastante utilizada em investigações sociais para a coleta de dados e opiniões de grupos de interesse. Esse tipo de pesquisa costuma ser usado para responder questões do tipo o que, por que, como e quando, em especial quando não se deseja ou não se pode controlar variáveis (Da Fonseca, 2002). O *survey* é amplamente utilizado em pesquisas de sondagem de opinião ao redor do mundo.

Babbie *et al.* (1999) destaca algumas características do *survey*, explicitando-se que se trata de um método empiricamente verificável, o que permite que as hipóteses sejam testadas na prática; os dados do *survey* facilitam a aplicação de pensamento lógico e permitem explicações lógicas; a pesquisa com *survey* é parcimoniosa, visto que é possível analisar a importância de cada uma das variáveis; e, o *survey* pode ser avaliado e criticado por outros pesquisadores, desde que se faça a correta exposição de como os métodos, medidas e conceitos foram elaborados. E, “os *surveys* também podem avaliar causas e impactos da atividade política e o fluxo de opinião pública de cidadãos, grupos e instituições” (Maia, 2022, p. 13).

Mundim e Maia (2022) argumentam que um *survey* é muito mais do que fazer perguntas, é algo profundo, complexo e que exige o cumprimento de parâmetros de qualidade para que a coleta de dados seja válida e que as inferências sejam realizadas com o mínimo de viés. Além disso, dispõem que:

As pesquisas de *survey* possuem um papel importante para o campo da comunicação política. Ao menos desde os anos 1940, e após a publicação do clássico *The people's choice: how the voter makes up his mind in a presidential campaign* (LAZARFELD; BERELSON; GAUDET *et al.*, 1968), elas têm um lugar especial nas análises dos efeitos da mídia sobre o comportamento e as atitudes políticas dos cidadãos. Afinal, se a mídia tinha de fato o poder persuasivo que lhe era atribuído, tais fatos precisavam ser demonstrados (Mundim; Maia, 2022, p. 191).

Logo, a escolha pelo *survey* “Polarização política-UnB” deve-se ao fato dele possibilitar a obtenção de informações de maior qualidade sobre os hábitos de consumo de mídia, opiniões políticas e comportamentos políticos extremistas, facilitando a análise estatística das relações entre essas variáveis. E, apesar da pesquisa não ter o objetivo de obter uma amostra representativa da população

brasileira, acredita-se que a análise pode gerar *insights* e respostas importantes sobre o fenômeno analisado.

De modo geral, o *survey* de opinião “Polarização política-UnB”, com uma amostra total de 2.506 entrevistados, coletou dados demográficos, educacionais, religiosos, econômicos e políticos dos respondentes, visando identificar quais deles demonstraram predisposições autoritárias e seriam direcionados para responderem perguntas específicas sobre violência política no Brasil.

Por conseguinte, para a análise dos dados do *survey* são feitas análises estatísticas de regressão linear OLS (Ordinary Least Squares) e de regressão logística (Logit), considerados por como “métodos estatísticos importantes para testar relações entre variáveis e quantificar a direção e a força da associação” (Castro e Ferreira, 2022, p. 1).

Da Silva (2016) explica a regressão da seguinte maneira:

A Regressão é uma técnica utilizada na investigação da relação entre variáveis que surgem em problemas das mais variadas áreas da ciência. De uma forma geral, o investigador procura aferir a influência de uma variável explicativa X sobre o valor esperado de uma variável de resposta denominada habitualmente por Y (Da Silva, 2016, p. 16).

Quando falamos das regressões linear e logística, ambos os métodos estatísticos são usados para estimar se existe associação entre um preditor (variável independente) e a variável dependente (Castro e Ferreira, 2022). A partir disso, os modelos de regressão (análises estatísticas) apresentados neste trabalho foram aplicados a uma subamostra de 1.221 pessoas, que corresponde ao quantitativo total de indivíduos que responderam às questões sobre violência política. Neste sentido, destaca-se que todo o estudo deste trabalho, incluindo a caracterização da amostra e os modelos estatísticos adotados, concentra-se somente nesta subamostra, garantindo que a descrição da amostra e análise multivariada sejam coerentes.

4.3 Desvendando tendências sobre hábitos de consumo de mídia e radicalismo partidário: análise dos dados e resultados do survey

Em um primeiro momento, são apresentados aspectos relacionados às questões levantadas pelo *survey*, incluindo informações demográficas, educacionais, religiosas, econômicas, de predisposição ao autoritarismo e de aceitação à violência

política. Na sequência, é feita a explicação sobre as variáveis dependentes, independentes e sociodemográficas de controle. Destaca-se que o survey conta com várias perguntas, mas apenas parte delas serão consideradas nas variáveis dependentes e independentes, por estarem mais próximas do objeto desta dissertação. A explanação de algumas perguntas, portanto, tem apenas caráter informativo em relação aos aspectos abordados no *survey*, pois elas ajudam a entender o percurso adotado.

4.3.1 Questões aplicadas no questionário

4.3.1.1 Questões ligadas a dados demográficos, educacionais, religiosos e econômicos dos entrevistados

A bateria de perguntas faz, inicialmente, o levantamento de informações demográficas dos entrevistados, para a obtenção dos dados a seguir: região de residência [q_região]; estado de residência [q_estado]; idade [q_age] “Quantos anos o(a) Sr(a) tem?”; situação em relação ao trabalho [q_job] “Em relação à sua situação de trabalho atual, o(a) Sr(a) é:” 1. Empregado, 2. Empregador/Comerciante /Patrão, 3. Conta Própria / Autônomo, 4. Estudante, 5. Aposentado, 6. Responsável pelos cuidados domésticos, 7. Não trabalha, mas atualmente procura por trabalho, 8. Não trabalha e não procura por trabalho, 9. Não respondeu; sexo biológico [q_gender] “Qual é o seu sexo de nascimento?” ESTIMULADA (Ler 1 e 2): 1. Masculino, 2. Feminino e 3. Outro; e, e raça/cor [q_race] “A sua raça ou cor é:” 1. Branca, 2. Parda, 3. Preta, 4. Amarela e 5. Indígena.

Em relação à educação, a pesquisa questiona qual o nível de ensino do respondente, com a pergunta: “[q_edu] Até que série você estudou?”, considerando as opções: 1. Nunca frequentei a escola; 2. Primário incompleto (até 3ª série do ensino fundamental); 3. Primário completo (4ª série do ensino fundamental); 4. Ginásio incompleto (até 7ª série do ensino fundamental); 5. Ginásio completo (8ª série do ensino fundamental); 6. Colegial incompleto (até 2ª série do ensino médio); 7. Colegial completo (3ª série do ensino médio); 8. Ensino universitário incompleto ou especialização (técnico pós-ensino médio); 9. Ensino universitário completo; 10. Pós-graduação ou mais.

Quanto à religião, são feitas duas perguntas, sendo a primeira delas: “[q_relig] Qual a sua religião, se tiver?”, com as seguintes opções de respostas: (1) Católica; (2) Evangélico Pentecostal; (3) Evangélico Não-Pentecostal; (4) Adventista; (5)

Testemunha de Jeová; (6) Mórmon; (7) Candomblé; (8) Umbanda; (9) Espírita kardecista, espiritualista; (10) Seicho-No-Iê, Messiânica, Perfeita Liberdade; (11) Judaica; (12) Budista; (13) Santo Daime, Esotérica; (14) Não tem religião/Agnóstico; (15) Sou ateu/Não acredito em Deus. A segunda pergunta: “[q_relig_freq] Com que frequência o(a) Sr(a) vai à missa ou culto religioso?”, traz como opções de respostas: 5. Mais de uma vez por semana; 4. Uma vez por semana; 3. Uma ou duas vezes por mês; 2. Poucas vezes no ano; 1. Raramente; 0. Nunca.

Para a coleta de aspectos econômicos dos entrevistados, é utilizada a pergunta “[q_income] Qual é aproximadamente a renda mensal de seu domicílio, isto é, a soma mensal da renda de todas as pessoas que moram na sua casa”. Para este questionamento, foram disponibilizadas 14 opções de respostas, sendo elas: 1. Até R\$ 1.320,00 (até 1 salário mínimo); 2. De R\$ 1.320,00 a R\$ 2.640,00 (mais de 1 até 2 salários mínimos); 3. De R\$ 2.640,00 a R\$ 3.960,00 (mais de 2 até 3 salários mínimos); 4. De R\$ 3.960,00 a R\$ 6.600,00 (mais de 3 até 5 salários mínimos); 5. De R\$ 6.600,00 a R\$ 9.240,00 (mais de 5 até 7 salários mínimos); 6. De R\$ 9.240,00 a R\$ 11.880,00 (mais de 7 até 9 salários mínimos); 7. De R\$ 11.880,00 a R\$ 13.200,00 (mais de 9 até 11 salários mínimos); 8. De R\$ 13.200,00 a R\$ 13.507,00 (mais de 11 até 13 salários mínimos); 9. De R\$ 13.507,00 a R\$ 19.800,00 (mais de 13 até 15 salários mínimos); 10. De R\$ 19.800,00 a R\$ 22.440,00 (mais de 15 até 17 salários mínimos); 11. De R\$ 22.440,00 a R\$ 25.080,00 (mais de 17 até 19 salários mínimos); 12. De R\$ 25.080,00 a R\$ 27.720,00 (mais de 19 até 21 salários mínimos); 13. De R\$ 27.720,00 ou mais (acima de 21 salários mínimos) e 14. Prefiro não responder.

A observação desses aspectos pode ser relevante para entendermos se existe alguma relação entre aspectos demográficos, religiosos, econômicos e educacionais com os hábitos de consumo de mídia, e conseqüentemente se esses hábitos influenciam o crescimento de comportamentos políticos extremistas.

4.3.1.2 Questão sobre posicionamento ideológico

A questão trabalha uma escala de termômetro ideológico [q_ideo_simbol], com a seguinte pergunta: “Em uma escala onde 1 = extrema esquerda, 7 = extrema direita e NS/NR = Não sei/Não respondeu, onde você diria que você está e cada uma das pessoas abaixo estão?”. Entre as opções de resposta constam: você mesmo/a; Arthur Lira; Lula; Jair Bolsonaro; Magno Malta; Marcelo Freixo.

4.3.1.3 *Questão sobre consumo de mídia política*

A pergunta “Com que frequência você se informa nos seguintes veículos?” [q_media_polinfo], tem uma escala que varia de “nunca” a “muito frequente”, tendo como opções de respostas: Jornal da Record; Jornal Nacional; YouTube; Facebook; Instagram; WhatsApp; Telegram; TikTok, com escalas que variam de "nunca" a "muito frequente".

4.3.1.4 *Questões sobre identificação partidária e avaliação de partidos*

A questão “Ainda de acordo com a mesma escala, queremos saber como você se sente sobre certas questões relevantes para a nossa sociedade”, [q_pid] mede vínculos identitários com o partido preferido, investigando sentimentos de pertencimento, reação a críticas e percepção de afinidade com outros apoiadores, a partir das seguintes opções: PT, PL, MDB, PSDB, PSOL, PDT, Outro Partido não listado + “Não tenho partido de preferência”.

Em relação ao termômetro de afeto partidário [q_party_term] , a pergunta pede para o respondente indicar o que pensa sobre alguns partidos (PT, PSOL, PSDB, PDT, MDB, PL), usando a escala de 0 “não gosta de jeito nenhum” a 10 “gosta muito”.

Em relação ao questionamento “em qual partido você nunca votaria” [q_neg_party] Partido no qual nunca votaria, havia as seguintes opções de respostas: PT, PSOL, PSDB, PDT, MDB, PL, Outro Partido não listado + “Não existe um partido político para qual eu nunca votaria”.

4.3.1.5 *Questão sobre avaliação de líderes políticos*

O termômetro de afeto por líderes [q_term_leader] questiona o que o respondente pensa a respeito de algumas personalidades políticas, sendo elas: Lula; Marcelo Freixo; Magno Malta; Bolsonaro, em uma escala de 0 “não gosta de jeito nenhum” a 10 “gosta muito” + NS (Não sabe/Não respondeu).

4.3.1.6 *Questão sobre envolvimento político*

Em uma escala de 1 (concordo muito) a 7 (discordo muito), os respondentes avaliaram as seguintes afirmações sobre envolvimento político [political_involvement]: [pol_inv1] “É importante compartilhar suas opiniões

políticas...”; [pol_inv2] “É importante compartilhar notícias políticas...”; [pol_inv3] “É importante encorajar os outros...”; [pol_inv4] “Quando as pessoas me dizem que não seguem política, fico chateado”.

4.3.1.7 Questão sobre polarização temática (issues moral/econômicas)

Nesta questão [q_issue_polarization] foram avaliadas afirmações sobre pobreza, papel das empresas, armas, aborto, casamento homoafetivo, cotas raciais, descriminalização da maconha, em uma escala de 1 “Concordo muito” a 5 “Discordo muito”.

4.3.1.8 Questão sobre identificação expressiva com o partido anteriormente identificado

A questão [q_expressive_pid] avalia aspectos como: uso de “nós”; interesse na opinião sobre o partido; sentir crítica como insulto; afinidade com apoiadores; conexão com apoiadores, em uma escala de 1 “Concordo muito” a 5 “Discordo muito”.

4.3.1.9 Questão sobre confiança institucional

Quanto à confiança das pessoas em relação às instituições públicas, utiliza-se uma escala 1 “muita confiança” a 4 “nenhuma confiança” + NS/NR (Não sabe/Não respondeu) para avaliar [q_trust_cong] = Confiança no Congresso Nacional, [q_trust_gov] = Confiança no Governo Federal, [q_trust_military] = Confiança nas Forças Armadas, [q_trust_supreme] = Confiança no Supremo Tribunal Federal (STF), [q_trust_elec] = Confiança no Tribunal Superior Eleitoral (TSE), [q_trust_party] = Confiança nos Partidos Políticos.

4.3.1.10 Questão sobre entendimentos sobre democracia

Na questão [q_liberal_democracy_support] foram avaliadas afirmações sobre sobre maioria/minorias, direitos, papel do presidente, em uma escala de 1 “Concordo muito” a 5 “Discordo muito”.

4.3.1.11 *Questão sobre atitudes antipartidárias*

São analisadas na questão [q_antipartisanship_1–4] quatro afirmações sobre partidos políticos, sendo elas: “A democracia pode funcionar sem partidos políticos”; “Os partidos políticos não se importam com as preferências das pessoas comuns”; “Todos os partidos políticos são basicamente iguais. Não existe realmente uma alternativa ao jeito tradicional de fazer política” e “Os partidos políticos só servem para dividir as pessoas”, em uma escala de 1 “Concordo muito” a 5 “Discordo muito”.

4.3.1.12 *Questão sobre aceitação de violência política*

Buscou avaliar se um comportamento é muito, pouco ou nada aceitável tanto de seu partido político quanto de um partido adversário [sup_pol_violence], com afirmações que incluem violência para objetivos políticos, intimidação de líderes, violência em eleição contestada., em uma escala de 1 “Nada aceitável” a 4 “Muito aceitável”.

4.3.1.13 *Questões sobre conhecimento político*

Foram feitas várias perguntas para avaliar o conhecimento e a atenção política dos respondentes, sendo [know1] = duração do mandato de senador (2, 4, 6, 8 anos + NS); [know2] = órgão que define constitucionalidade (Câmara, STF, Min. Justiça, Senado + NS - Não sabe); [know3] = Reformas aprovadas em 2023; [know4] = Ministério de Camilo Santana; [know5] = Partido com mais cadeiras na Câmara, em uma escala de múltipla escolha fechada.

4.3.1.14 *Questões sobre avaliação de características de apoiadores de partidos*

A [q_party_members_traits] avaliou os seguintes partidos: PT, MDB, PL, PSB, questionando quanto aos traços: honestos; humildes; preconceituosos; egoístas, em uma escala de 1 “Nada” a 4 “Muito”.

Na questão [q_elite_supporters_traits] é questionado “Até que ponto você considera os apoiadores dos seguintes líderes políticos (Lula; Bolsonaro; Freixo; Magno Malta) como...?”, com as opções: honestos/humildes/preconceituosos/egoístas, em uma escala de 1 “Nada” a 4 “Muito”.

4.3.1.15 Questões sobre Polarização afetiva (casamento de familiares com apoiadores de Bolsonaro ou Lula)

Os respondentes avaliaram o nível de satisfação em relação ao casamento de um familiar com um apoiador de Bolsonaro [q_aff_pol_bolsonaro] e um apoiador de Lula [q_aff_pol_lula], em uma escala de 0 “muito insatisfeito” a 10 “muito satisfeito” + NS.

4.3.1.16 Questão sobre polarização social

Foram avaliadas situações de convivência com opositores partidários: amizade; assistir jogos; passar festas; conversar pelo WhatsApp [q_social_polarization], em uma escala de “Muito disposto” a “Nada disposto”.

4.3.1.17 Questão sobre autoritarismo

Foram feitas perguntas dicotômicas com pares de valores desejáveis [auth1–auth5] para crianças (ex.: Independente × Respeitosa), por meio de escolha binária.

4.3.2 Variáveis

Neste estudo, adotam-se variáveis dependentes, independentes e sociodemográficas de controle. No primeiro caso, são observados o índice de apoio à violência e o apoio à violência (binária). No segundo caso, constam as variáveis independentes: autoritarismo, atenção política, consumo de mídia. E, por fim, as variáveis sociodemográficas de controle: homem, idade, escolaridade, raça/cor (branca, parda) e religião.

4.3.2.1 Variáveis dependentes

4.3.2.1.1 Índice de Apoio à Violência

A variável violência política mede a percepção dos respondentes sobre a aceitabilidade de comportamentos violentos ou intimidatórios por parte do seu próprio partido político em diferentes cenários. Ela foi construída a partir de três questões que avaliaram até que ponto os entrevistados consideram aceitável: (1) o uso da violência para promover seus objetivos políticos; (2) o envio de mensagens ameaçadoras por líderes do seu partido a adversários políticos; e (3) o uso de

violência por membros de seu partido em caso de uma eleição presidencial contestada.

Trata-se de uma variável contínua, criada a partir da média das respostas às três questões consideradas neste estudo, para medir o quanto o respondente considera aceitável a violência política. Deste modo, simplifica-se a análise ao estabelecer um índice único, que resume a posição geral de cada entrevistado da amostra em relação ao tema.

A variação de aceitação à violência política contempla uma escala de 1 (“Nada aceitável”) a 4 (“Muito aceitável”). As estatísticas descritivas dessa variável podem ser verificadas na tabela abaixo.

Tabela 1 - Índice de Apoio à Violência

	Valor
Média	1,16
Desvio padrão (SD)	0,4
Valor mínimo	1
Valor máximo	4
Número de respondentes (n)	1221

Fonte: Elaborada pela autora com base nos dados da Pesquisa Polarização política-UnB, 2024.

A consistência interna desses itens foi verificada por meio do coeficiente Alfa de Cronbach, que obteve um resultado de 0,67, indicando a existência de coerência em relação às três questões sobre violência política. Esse resultado revela que as perguntas estão relacionadas o suficiente para a formação de um índice único, conforme o adotado para a análise de resultados deste estudo.

A variável foi utilizada nos modelos de regressão linear OLS (Ordinary Least Squares), visando identificar como as variáveis independentes influenciam a variável dependente (Índice de Apoio à Violência). Desta forma, a OLS permite identificar os fatores que explicam as variações nesse índice.

4.3.2.1.2 Apoio à Violência (Binária)

As respostas foram recodificadas em uma variável dicotômica, agrupando as categorias para simplificar o fenômeno analisado, transformando o grau de

aceitação em uma resposta mais simples (sim ou não). A variável foi codificada como 1 para respondentes que consideram a violência política como “Aceitável” ou “Muito aceitável” em pelo menos um dos três cenários, e 0, caso contrário. A variável binária foi utilizada nos modelos de regressão logística, que prevê a probabilidade da pessoa apoiar a violência política.

4.3.2.2 Variáveis independentes

No modelo de regressão, as variáveis independentes são utilizadas para explicar ou prever a variável dependente, que no caso deste estudo é a violência política. Dentre as variáveis independentes, têm-se: o autoritarismo, a atenção política e o consumo de mídia.

4.3.2.2.1 Autoritarismo

A partir da metodologia de Hetherington e Weiler (2009), utiliza-se um índice de predisposição ao autoritarismo a partir de cinco perguntas sobre valores desejáveis na criação de filhos (e.g., se é mais importante uma criança ser 'Independente' ou 'Respeitosa com os mais velhos'). Conforme Hetherington e Weiler (2009), o autoritarismo pode ser entendido como uma predisposição psicológica e a escala de preferências de criação dos filhos pode captar informações e valores culturais menos enviesados.

Em cada pergunta, a escolha autoritária foi codificada como 1 e a não-autoritária como 0, de acordo com o exemplificado no quadro a seguir.

Quadro 2 - Índice de predisposição ao autoritarismo a partir de valores na criação de filhos

Par de valores (pergunta ao respondente)	Resposta considerada autoritária (1 ponto)	Resposta considerada não-autoritária (0 pontos)
Você diria que é mais importante para uma criança ser INDEPENDENTE ou RESPEITOSA COM OS MAIS VELHOS?	Respeitosa com os mais velhos	Independente
Você diria que é mais importante para uma criança ser OBEDIENTE ou AUTOCONFIANTE?	Obediente	Autoconfiante

Você diria que é mais importante para uma criança ser BEM-COMPORTADA ou ser ATENCIOSA?	Bem-comportada	Atenciosa
Você diria que é mais importante para uma criança ter BOAS MANEIRAS ou ser CURIOSA?	Boas maneiras	Curiosa
Você diria que é mais importante para uma criança ser BEM-EDUCADA ou DE LIVRE ESPÍRITO?	Bem educada	De espírito livre

Fonte: Elaborado pela autora com base em Hetherington e Weiler (2009) e nas perguntas da Pesquisa Polarização política-UnB, 2024.

Ao final, as respostas foram somadas para a criação de um índice de 0 (perfil menos autoritário) a 5 (perfil mais autoritário), com uma consistência aceitável (Alfa de Cronbach de 0,60). A perspectiva é de que indivíduos que demonstram valorizar aspectos como obediência e disciplina possuem maior predisposição autoritária, enquanto aqueles que valorizam independência, criatividade e curiosidade tendem a ser menos autoritários. A tabela 2 apresenta as informações acerca do índice de predisposição ao autoritarismo.

Tabela 2 - Índice de predisposição ao autoritarismo

	Valor
Média	3,89 (escala de 0 a 5)
Desvio padrão (SD)	1,23
Valor mínimo	0
Valor máximo	5
Número de respondentes (n)	1221

Fonte: Elaborada pela autora com base nos dados da Pesquisa Polarização política-UnB, 2024.

4.3.2.2.2 Atenção Política

Segundo as perspectivas da obra de Zaller (1992), que mede por meio de variáveis empíricas o quanto uma pessoa está exposta e atenta a informações políticas, desenvolveu-se um índice de atenção política a partir da soma de respostas corretas a cinco perguntas de conhecimento factual sobre política (e.g., a

duração do mandato de um senador, a função do STF). A escolha por esse índice, segundo Zaller (1992), é mais assertiva, em especial, quando são utilizadas perguntas neutras nos *surveys*, facilitando a compreensão acerca de como as pessoas formam opiniões políticas a partir dos conteúdos que recebem da mídia e de lideranças políticas. Desta forma, é mais fácil identificar o nível de atenção política das pessoas.

Neste caso, a variável final varia de 0 (nenhum acerto) a 5 (todos os acertos), com uma escala consistente (Alfa de Cronbach de 0,56). A tabela 3 traz as informações acerca do índice de atenção política obtido a partir da análise dos resultados do *survey*.

Tabela 3 - Índice de atenção política

	Valor
Média	1,23 (escala de 0 a 5)
Desvio padrão (SD)	1,28
Valor mínimo	0
Valor máximo	5
Número de respondentes (n)	1221

Fonte: Elaborada pela autora com base nos dados da Pesquisa Polarização política-UnB, 2024.

4.3.2.2.3 Consumo de Mídia

Neste caso, fez-se o uso de um conjunto de variáveis para medir a frequência de consumo de mídia em diferentes fontes (Record, Jornal Nacional, YouTube, Facebook, Instagram, WhatsApp, Telegram e TikTok). As respostas foram coletadas em uma escala de 1 a 5, sendo: 1= “Nunca”, 2= “Raramente”, 3= “De vez em quando”, 4= “Frequentemente” e 5= “Muito frequente”. O detalhamento dos dados coletados sobre a frequência de consumo de mídia consta na tabela 4.

Tabela 4 - Frequência de consumo de mídia

Mídia	Frequência de Uso	Proporção Média (n=1221)
Jornal da Record	Nunca	36,45%
	Raramente	17,44%
	De vez em quando	20,56%

	Frequentemente	15,07%
	Muito frequentemente	10,48%
Jornal Nacional	Nunca	29,57%
	Raramente	13,68%
	De vez em quando	17,44%
	Frequentemente	21,70%
	Muito frequentemente	17,61%
YouTube	Nunca	27,19%
	Raramente	15,31%
	De vez em quando	20,23%
	Frequentemente	22,52%
	Muito frequentemente	14,74%
Facebook	Nunca	32,60%
	Raramente	14,91%
	De vez em quando	19,00%
	Frequentemente	19,16%
	Muito frequentemente	14,33%
Instagram	Nunca	31,94%
	Raramente	12,86%
	De vez em quando	15,56%
	Frequentemente	21,38%
	Muito frequentemente	18,26%
WhatsApp	Nunca	18,67%
	Raramente	8,19%
	De vez em quando	13,84%
	Frequentemente	26,29%
	Muito frequentemente	33,01%
Telegram	Nunca	73,14%
	Raramente	12,94%
	De vez em quando	7,21%
	Frequentemente	3,52%
	Muito frequentemente	3,19%
TikTok	Nunca	49,88%
	Raramente	13,35%

De vez em quando	14,09%
Frequentemente	11,22%
Muito frequentemente	11,47%

Fonte: Elaborada pela autora a partir dos dados Pesquisa Polarização política-UnB, 2024.

4.3.2.3 Variáveis sociodemográficas de controle

Sexo. Variável binária, codificada como 1 para homens e 0 para mulheres.

Idade. Variável categórica, que organiza os respondentes em cinco faixas etárias: “18 a 24”, “25 a 34”, “35 a 44”, “45 a 54” e “55 ou mais”.

Escolaridade. Variável categórica, que agrupa os respondentes em cinco níveis de instrução formal: “Até 4º série”, “5º a 8º série”, “1º ao 3º ano”, “Superior incompleto” e “Superior completo ou mais”.

Raça ou cor. A coleta de informações sobre a identidade racial dos entrevistados foi realizada por meio da autodeclaração. Para os modelos, foram usadas duas variáveis binárias para branca e parda, tendo a categoria “preta” como grupo de referência.

Religião. A afiliação religiosa foi medida a partir da autodeclaração, resultando em três variáveis binárias: católica, pentecostal e neopentecostal. Cabe destacar que, o grupo de referência é composto por respondentes de outras religiões ou sem religião.

As informações sobre as variáveis sociodemográficas da amostra foram organizadas na tabela 5.

Tabela 5 - Variáveis sociodemográficas da amostra

Variável	Categoria	Proporção Média (%)	Frequência Absoluta (n)
Sexo	Homem	51,76	631
	Mulher	48,24	590
Idade	18 a 24	15,89	194
	25 a 34	20,23	247
	35 a 44	20,15	246
	45 a 54	16,3	199
	55 ou mais	27,44	335

Escolaridade	Até 4ª série	9,42	115
	5ª à 8ª série	27,27	333
	1º ao 3º ano	44,96	549
	Superior incompleto	8,85	108
	Superior completo ou mais	9,5	116
Raça ou Cor	Branca	30,88	377
	Parda	47,75	583
Religião	Católica	47,42	579
	Evangélica pentecostal	16,95	207
	Evangélica neo-pentecostal	11,3	138

Fonte: Elaborada pela autora a partir dos dados Pesquisa Polarização política-UnB, 2024.

4.4 Apresentação dos resultados

Esta seção apresentará os resultados das análises realizadas sobre o *survey*. A exposição das informações será feita visando facilitar a interpretação dos resultados, de modo que facilitem a compreensão de todos os perfis de leitores.

4.4.1 Aspectos gerais e desempenho dos modelos

Inicialmente, é fundamental reiterar que esta análise se concentra em entender a relação entre os hábitos de consumo de mídia e o aumento de comportamentos políticos extremistas no Brasil. Portanto, a pesquisa foca em um perfil específico, o “brasileiro com posicionamento político”, conforme diretrizes do *survey* “Pesquisa Polarização Política-UnB, 2024”, e se baseia especificamente na amostra de 1.221 pessoas. Assim sendo, o resultado não descreve a população em geral, mas ajuda a identificar os fatores que levam os partidários já engajados a justificarem o uso da violência por razões políticas, conforme evidenciado na tabela 6.

Tabela 6 - Modelos Preditivos do Apoio à Violência Política

	-1 Modelo OLS –	-2 Modelo Logit Apoia alguma forma de violência (0=Não, 1=Sim)
Homem	39 (0.02)	-0.18 (0.14)
Escolaridade	-0.031** (0.01)	-0.24*** (0.08)
Idade	-11 (0.01)	-0.14** (0.06)
Católica	-97 (0.03)	0.18 (0.18)
Evangélica pentecostal	-21 (0.04)	-19 (0.22)
Evangélica Neo-pentecostal	50 (0.04)	36 (0.25)
Branca	-17 (0.03)	-23 (0.19)
Parda	-39 (0.03)	-37 (0.17)
Jornal da Record	87 (0.01)	-22 (0.05)
Jornal Nacional	24 (0.01)	0.12** (0.05)
YouTube	60 (0.01)	57 (0.05)
Facebook	-57 (0.01)	-87 (0.05)
Instagram	-53 (0.01)	-91 (0.06)
WhatsApp	-13	85

	(0.01)	(0.05)
Telegram	0.042***	0.17**
	(0.01)	(0.07)
TikTok	-30	-43
	(0.01)	(0.05)
Atenção política	-18	-0.26***
	(0.01)	(0.06)
Autoritário	29	14
	(0.01)	(0.06)
Constant	1.30***	0.16
	(0.08)	(0.49)
Observations	1221	1221
R-quadrado Adj.	13	
Log lik.	-590.0	-681.4
Chi-squared		70.1

Fonte: Pesquisa Polarização política-UnB, 2024

Standard errors in parentheses

** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$

Os dois modelos utilizados para esta análise: regressão linear (OLS) e regressão logística (logit) apresentaram resultados bastante distintos. Na regressão linear, que previa a intensidade de apoio à violência política, obteve-se um poder explicativo muito baixo (R-quadrado Ajustado = 0.013). Em contrapartida, o modelo de regressão logística, com foco na probabilidade de um indivíduo apoiar ou não a violência por razões políticas, se mostrou estatisticamente mais robusto (Chi-quadrado = 70.1, $p < 0.01$). A partir disso, os dados são bem mais eficazes para traçar o perfil de quem apoia a violência política do que para medir a intensidade desse apoio, tornando os resultados do modelo de regressão logística mais relevantes para esse estudo.

Nos resultados do modelo logit, a escolaridade, a atenção política, a idade, o Telegram e o Jornal Nacional aparecem como os fatores que apresentam uma relação estatisticamente significativa com o apoio à violência política no cenário brasileiro. No modelo OLS, apenas o Telegram também demonstrou significância, indicando que se trata de um preditor particularmente consistente em ambas as modelagens. Diante do exposto, como os resultados do modelo de regressão

logística apresentam maior robustez e clareza, a análise se concentrará nos preditores que apresentaram significância estatística dentro dessa modelagem. Contudo, no caso do Telegram e do Jornal Nacional, também são feitos alguns apontamentos importantes sobre os resultados da regressão OLS, para uma análise mais aprofundada acerca da influência dessas mídias no apoio à violência política.

4.4.2 Análise dos preditores mais fortes e significativos (Modelo Logit)

4.4.2.1 Escolaridade

Em relação à escolaridade (coef. -0.24*), o sinal negativo e a alta significância revelam que, quanto maior for o nível de escolaridade de uma pessoa, menor será sua propensão de apoiar o uso da violência na política.

4.4.2.2 Atenção Política

Os dados sobre atenção política (coef. -0.26*) revelam um importante achado para este trabalho, indicando que quanto mais atenção à política (medida pelo conhecimento factual), menor a chance de um partidário justificar a violência. Isso indica que, na amostra analisada, a “sofisticação política” gera um maior apego às normas e processos democráticos, funcionando como uma “vacina” contra impulsos radicais que poderiam ampliar a polarização e desencadear comportamentos políticos extremistas.

Este é o achado de maior magnitude, dialogando diretamente com a obra de Zaller (1992), que estabelece que a atenção política é um importante moderador cognitivo e reforça as predisposições democráticas. Assim, consoante as ideias de Zaller (1992) e com base nos resultados deste estudo, identifica-se que quando o indivíduo consome uma maior diversidade de informações políticas, ele tende a se tornar mais crítico, e conseqüentemente, menos propenso a apoiar e adotar comportamentos políticos extremistas.

4.4.2.3 Idade

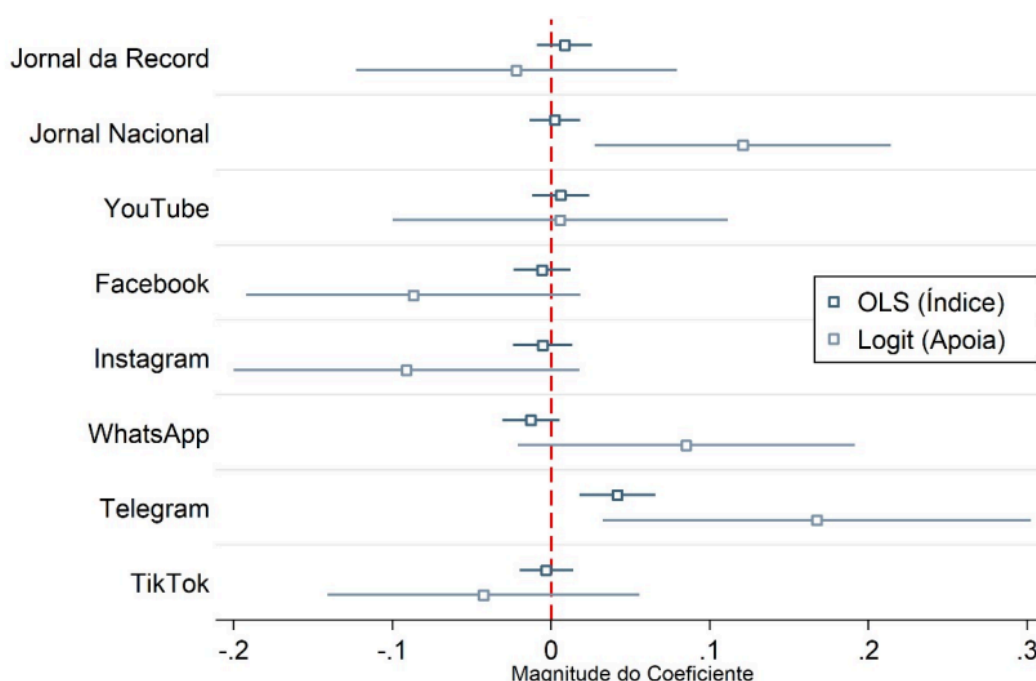
Quanto à idade (coef. -0.14), o fato da pessoa ser mais velha também diminui a chance de apoio à violência política, indicando que perfis mais jovens tendem a ser mais vulneráveis e mais propensos a apoiarem condutas mais extremas. Por

outro lado, quando se trata de autoritarismo, Lima *et al.* (2020) revelam que a faixa etária com maior adesão ao autoritarismo é a mais velha.

4.4.2.4 Telegram e Jornal Nacional (Modelos OLS e Logit)

Para uma melhor análise dos aspectos ligados à mídia, utiliza-se a figura Preditores de Apoio à Violência Política (Mídia), que traz o compilado dos resultados dos dois modelos de regressão (OLS e Logit).

Figura 9 - Preditores de apoio à violência (mídia)



Fonte: Elaboração própria a partir da pesquisa Polarização política-UnB, 2024

O gráfico apresenta os resultados das duas regressões usando diferentes mídias como variáveis independentes. No eixo Y, são listadas as fontes de informação analisadas (Jornal da Record, Jornal Nacional, YouTube, Facebook, Instagram, WhatsApp, Telegram e TikTok). No eixo X, consta a magnitude do coeficiente (impacto estimado de apoio à violência política).

Complementarmente, a linha vermelha tracejada ($x=0$) aponta o ponto de neutralidade. Enquanto os valores à esquerda indicam associação negativa (redução do apoio à violência política) e os valores à direita apontam a associação positiva (aumento do apoio em relação à violência política).

Em relação ao Telegram, no modelo OLS, obteve-se um coeficiente positivo e significativo (0,042*). E, no modelo Logit, um coeficiente positivo e significativo (0,17). O efeito do Telegram aparece nos dois modelos estatísticos, indicando que os usuários dessa rede social têm maior probabilidade de apoiar a violência política. Nesta perspectiva, os dados revelam que o Telegram é o preditor mais forte e consistente dos modelos, pois essa mídia está associada tanto à intensidade quanto à probabilidade mínima de apoio, tolerância ou incentivo à violência política.

Quando analisamos os resultados do preditor “Jornal Nacional”, percebe-se que no modelo OLS o coeficiente está próximo de 0, não apresentando relevância. Contudo, no modelo Logit, ele se desloca levemente para a direita, sem cruzar o zero, evidenciando significância estatística. Esses resultados revelam que o Jornal Nacional não aumenta a intensidade média do apoio à violência política, mas que quem consome Jornal Nacional tem maior probabilidade de aceitar algum tipo de violência. Trata-se, portanto, de um efeito bem mais sutil do que o do Telegram.

4.4.3 Variáveis que surpreenderam pela ausência de efeito

Além de destacar as variáveis que exercem influência no apoio à violência política, também é fundamental debater sobre as variáveis que surpreenderam pela ausência de significância na amostra. Em primeiro lugar, destaca-se a ausência de efeito da variável de autoritarismo, que para Brown (1996) se relaciona a um sistema de valores, em que as visões de certo e errado são estabelecidas de maneira rígida, fazendo com que grupos minoritários e divergentes sejam depreciados.

Para Adorno, Frenkel-Brunswik, Levinson e Sanford (1950), a predisposição psicológica autoritária aparece como uma das principais explicações para comportamentos extremistas. Mas essa predisposição não se mostrou um fator relevante na amostra deste estudo. Além disso, também é importante ressaltar que, nos últimos anos, os estudos sobre o autoritarismo ganharam novas abordagens, considerando que ele pode variar conforme o contexto político e ser mediado por aspectos como a identidade social (Stellmacher e Petzel, 2005).

Nesse cenário, embora seja um resultado “nulo”, esse achado tem grande importância ao apontar que, no cenário brasileiro, os preditores que influenciam a violência política podem ser distintos dos que levam ao extremismo político americano, por exemplo. Assim, embora a literatura internacional forneça apontamentos importantes, é necessário considerar que a política brasileira é

bastante peculiar e os hábitos de consumo de mídia da população também apresentam diferenças significativas em relação ao cenário norte-americano.

As variáveis de identidade social, como religião e raça, também não foram estatisticamente significativas no estudo.

5 REFLEXÕES SOBRE OS RESULTADOS: A ASSOCIAÇÃO POSITIVA DO TELEGRAM E DO JN COM COMPORTAMENTOS POLÍTICOS EXTREMISTAS

O Telegram ganhou um espaço significativo no Brasil, a partir de 2021, como uma alternativa para troca de mensagens após uma série de alterações nas políticas e uma pane dos serviços da Meta, empresa responsável pelo WhatsApp, Facebook e Instagram. De 2020 para 2021, o Telegram apresentou um crescimento de 27% para 45% (um aumento de 18 pontos percentuais), conforme dados da pesquisa Panorama Mobile Time - mensageria móvel no Brasil⁶⁷, e acendeu o alerta para uma possível influência no processo eleitoral de 2022.

Apesar disso, posteriormente, a pesquisa realizada em 2024⁶⁸ pelos mesmos organizadores revelou que, após cinco anos, o Telegram apresentou queda em seu crescimento, tanto em relação à quantidade de instalações quanto à frequência de uso. Os dados apontam que, entre agosto de 2023 e janeiro de 2024, a proporção de celulares com o aplicativo instalado e frequência de uso diário caiu 3%.

De modo geral, a trajetória do Telegram é marcada por polêmicas e suspensão de funcionamento no Brasil⁶⁹ em decorrência de investigações envolvendo vazamento de conversas de autoridades, compartilhamento de *fake news*, conteúdos neonazistas e pornográficos, conforme divulgado em reportagem investigativa do Fantástico⁷⁰. Na plataforma, é possível criar grupos com até 200 mil membros, fazer contatos sem visualização de números de telefones e as mensagens (recebidas e enviadas) podem ser excluídas a qualquer momento.

O Telegram também é mais popular entre o público mais jovem (16 e 29 anos), segundo dados da pesquisa Panorama Mobile Time - Mensageria móvel no Brasil (2021) e os resultados do *survey* apontam que o fator idade também é um preditor importante para o apoio à violência política. Ou seja, a maioria do público da

⁶⁷ Pesquisa “Panorama Mobile Time - mensageria móvel no Brasil 2021”. Disponível em: <https://www.mobilettime.com.br/pesquisas/mensageria-no-brasil-fevereiro-de-2021/>. Acesso em: 2 nov. 2025.

⁶⁸ Pesquisa “Panorama Mobile Time - mensageria móvel no Brasil 2024”. Disponível em: <https://www.mobilettime.com.br/pesquisas/mensageria-no-brasil-marco-de-2024/>. Acesso em: 2 nov. 2025.

⁶⁹ Ministro Alexandre de Moraes suspende funcionamento do Telegram no Brasil. <http://portal.stf.jus.br/noticias/verNoticiaDetalhe.asp?idConteudo=483659&ori=1>. Acesso em: 23 set. 2025.

⁷⁰ Reportagem Fantástico “Grupos no Telegram abrigam negociações de drogas, armas, pornografia infantil” Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/10385577/>. Acesso em: 23 set. 2025.

plataforma é justamente aquela que aparece nas análises como a mais vulnerável aos discursos de ódio. Além disso, com a maior regulação de plataformas como o Facebook, Instagram e o X (antigo Twitter) em relação a conteúdos extremistas, houve a migração de importantes lideranças de direita para o Telegram, incluindo o ex-presidente Bolsonaro, que conta com 1.384.432 inscritos em 2025⁷¹ no seu canal principal, que foi utilizado massivamente na campanha presidencial de 2022 para disseminação de conteúdos produzidos para apoiadores e pessoas politicamente engajadas com a direita.

Quando entramos no canal de Bolsonaro, é possível perceber a presença massiva de publicações com teor polarizador, contendo mensagens que causam medo, insegurança, e o sentimento de que as pessoas estão em uma batalha, por isso, precisam lutar contra seus adversários (Chomsky, 2014). A conduta é bastante similar em perfis de políticos ligados a Bolsonaro, como Carlos Bolsonaro (vereador PL-RJ), Eduardo Bolsonaro (deputado federal PL-SP) e Nikolas Ferreira (deputado federal PL-MG). Toda essa dinâmica alimenta o ódio, reforça bolhas e dificulta a percepção crítica das pessoas que consomem essas informações enviesadas.

Por outro lado, o perfil de Lula no Telegram conta com apenas 57.370⁷² inscritos em setembro de 2025 e se concentra na divulgação de informações sobre ações e agendas governamentais. Mas, isso não quer dizer que a rede social também não seja utilizada por partidários de esquerda para a criação de conflitos entre grupos. Em 2022, por exemplo, o relatório “Democracia digital: análise dos ecossistemas de desinformação no Telegram durante o processo eleitoral brasileiro de 2022⁷³”, aponta que houve casos de apoiadores do PT e de Lula que se infiltraram em grupos bolsonaristas para divulgação de notícias falsas e realização de provocações após a vitória do petista, evidenciando hostilidade. O relatório destaca ainda que após os resultados das eleições de 2022, surgiram enormes campanhas em grupos e canais privados do Telegram para reação contra a suposta

⁷¹Perfil de Jair Messias Bolsonaro no Telegram. Disponível em: <https://t.me/jairbolsonarobrasil>. Acesso em: 24 set. 2025.

⁷² Perfil de Luiz Inácio Lula da Silva no Telegram. Disponível em: <https://t.me/LulanoTelegram>. Acesso em: 24 set. 2025.

⁷³ “Democracia digital: análise dos ecossistemas de desinformação no Telegram durante o processo eleitoral brasileiro de 2022”. Disponível em: <https://internetlab.org.br/wp-content/uploads/2022/09/telegram-02-relatorio-03.pdf>. Acesso em: 24 set. 2025.

fraude eleitoral defendida por representantes da direita, com o objetivo de organizarem um golpe de estado.

Logo, a própria estrutura do Telegram facilita a disseminação de conteúdos que favorecem a desinformação, a criação de grupos enviesados e a circulação de discursos extremistas, o que gera uma maior probabilidade de fortalecimento de atitudes de apoio à violência política entre usuários que se informam por meio de conteúdos divulgados na plataforma. Isso não quer dizer que o problema se restringe ao Telegram, mas que as pessoas com posicionamentos extremos encontraram na plataforma os dispositivos necessários para a sua atuação, já que as políticas de restrição desse tipo de conteúdo são mais frágeis. Assim, tanto o Telegram quanto outras plataformas com dinâmicas similares, como o Signal (que também não exibe o número de telefones dos participantes de grupos) precisam de atenção especial, já que possuem políticas menos transparentes e podem servir como local de encontro virtual entre pessoas que propagam ódio, violência e demais conteúdos ilícitos, colocando a sociedade em risco.

A partir do exposto, a associação positiva entre o uso do Telegram e maior predisposição à violência política obtidos nesta pesquisa dialoga com informações jornalísticas, pesquisas e autores que apontam as fragilidades e impactos desta rede social à democracia (Venâncio *et al.*, 2024; Tucci, 2025; Da Silva Ferreira e Santos, 2025). Mas, ao contrário da hipótese desta pesquisa, a influência dos hábitos de consumo de mídias on-line não é tão alta quanto se acreditava e nem é determinante para o crescimento de comportamentos políticos extremistas no Brasil. Mas, como destacado anteriormente, o problema não é o aplicativo de mensagens, mas o que ele viabiliza. De um lado, dados da pesquisa Panorama Mobile Time/Opinion Box - Mensageria no Brasil (2025), revelam que o Telegram está perdendo força no país. Os dados apontam que em 2024, o Telegram estava presente em 63%⁷⁴ dos smartphones brasileiros e o percentual caiu para 57% em 2025⁷⁵. Por outro lado, o fato da redução do uso do aplicativo de mensagens não indica necessariamente uma menor circulação de conteúdos extremistas na plataforma. Além disso, a cada dia surgem novas ferramentas que podem

⁷⁴ Panorama Mobile Time/Opinion Box - Mensageria no Brasil 2024. Disponível em: <https://static.poder360.com.br/2024/03/Panorama-Mensageria-MAR-24.pdf>. Acesso em: 23 set. 2025.

⁷⁵ Panorama Mobile Time/Opinion Box - Mensageria no Brasil 2025. Disponível em: <https://www.mobiletime.com.br/noticias/27/02/2025/telegram/>. Acesso em: 23 set. 2025.

impulsionar a polarização política e o radicalismo partidário. O esforço, portanto, deve se concentrar na quebra de bolhas informacionais, importância do respeito às posições políticas contrárias e defesa da democracia.

Complementarmente, os dados do *survey* corroboram com a hipótese dessa pesquisa ao apontar que o Jornal Nacional, uma mídia tradicional, também exerce influência no comportamento de seus consumidores quando falamos de adoção de atitudes extremistas, mas em uma menor escala do que a observada no ambiente on-line. O JN, exibido pela TV Globo desde 1969, foi o primeiro telejornal a ser transmitido para todo o Brasil e possui bastante relevância no tecido social. Este, segundo dados da Kantar Ibope Media⁷⁶, é o telejornal com maior audiência no país, influenciando diretamente na opinião pública. Mas, por se tratar da principal vitrine da mídia tradicional brasileira, o ideal é que o consumo de informações do JN estivesse associado à moderação e ao apoio às normas democráticas. Por isso, o resultado positivo e significativo da regressão logística demanda uma interpretação mais cautelosa quanto aos efeitos do telejornal para o apoio à violência política.

Inicialmente, cabe pontuar que os resultados indicam que o JN não mobiliza ativamente as pessoas para a violência política, mas ao apontar uma probabilidade, mesmo baixa, de aceitação à violência, pode contribuir para o crescimento de comportamentos políticos extremistas. Diretamente, ele não cria partidários radicais, mas pode aumentar o percentual de indivíduos que veem a violência como recurso aceitável no contexto político. Neste sentido, fez-se a divisão da análise sobre o JN, conforme exposto a seguir.

5.1 Hipótese do “consumo hostil”

Vallone *et al.* (1985) apontam que as pessoas muito envolvidas com a política têm uma tendência de ver os mesmos conteúdos midiáticos como parciais, tendenciosos ou injustos com o seu lado político. Dentro dessa hipótese de “mídia hostil” (Vallone *et al.*, 1985), a reatividade dos partidários radicais pode alimentar a raiva e o sentimento de que seu grupo está sob ataque/perseguição, reforçando as crenças desses indivíduos de que medidas mais extremas e violentas são justificadas.

⁷⁶ As informações estão disponíveis no site: <https://kantaribope.com/brazil/>. Acesso em 9 set. 2025.

Segundo Dibai (2019, p. 131), “a sensação de que a mídia distorce os fatos e não cobre de maneira equilibrada os temas políticos têm sido identificada em diversos países e contextos”.

Em relação ao cenário brasileiro, Dibai (2019, p. 131) dispõe que:

O discurso de que a mídia mainstream é de direita ou conservadora se tornou mais intenso e recorrente e impulsionou uma série de reações, inclusive de jornalistas de esquerda, que, em seus blogs, passaram a expor e comentar, cotidianamente, supostas contradições, conspirações e desvios da ‘grande mídia’ brasileira. Da mesma forma, direitistas têm denunciado à mídia como demasiadamente favorável a seus adversários e/ou contrários a suas pautas, a condenar não apenas os noticiários, mas também os produtos do entretenimento – novelas, programas de auditório e até certos apresentadores –, acusados de atacarem a família tradicional, a moral e os “bons costumes”.

Essa visão é corroborada por Sampaio (2011), ao argumentar que a percepção de mídia hostil ocorre quando um indivíduo tem a crença de que os meios de comunicação apresentam um viés ou informações contrárias às suas convicções. Com isso, um partidário liberal tende a enxergar a mídia como conservadora, enquanto um conservador pode interpretá-la como liberal.

Sampaio (2011, p. 67) aponta que o período das eleições é justamente o mais ‘fértil’ para a observação desse fenômeno de mídia hostil, por ser marcado por declarações de candidatos e partidos acerca de perseguição e distorção das suas informações na mídia. Ademais, “também é rotineira a acusação de militantes políticos acerca da parcialidade da mídia no tratamento de questões políticas ou, até mesmo, de sua defesa de um candidato ou partido específico”, (Sampaio, 2011, p. 67).

Conforme Sampaio (2011), apesar dessa percepção de hostilidade da mídia ser um importante indicador analítico para o contexto brasileiro, deve-se considerar a possibilidade de que o problema não esteja na mídia, mas na forma como os receptores consomem e interpretam essas mensagens. Ou seja, a distorção pode não estar nos conteúdos em si, mas nos vieses e predisposições partidárias dos indivíduos. Percebe-se, neste cenário, que esse argumento relaciona a hipótese da mídia hostil com fenômenos abordados anteriormente, como viés de confirmação, exposição seletiva e polarização afetiva.

Dados da pesquisa de Dibai (2019), realizada por meio de um survey com 162 pessoas, no período anterior às eleições presidenciais de 2018, confirmam uma maior tendência de partidários (esquerda e direita) perceberem a mídia como hostil.

Os esquerdistas avaliaram os meios de comunicação como mais hostis ao seu lado, de maneira que 80% deles (n=52) julgaram a mídia como muito ou relativamente muito hostil a Lula e pouco/ nada a Bolsonaro. Seguindo a tendência, 68% dos direitistas (n=21) perceberam a mídia como muito ou relativamente muito hostil a Bolsonaro e pouco/nada a Lula. Já a maioria dos centristas tendeu a achar que não havia ou havia pouca hostilidade aos dois atores. Em relação a Lula, 55% não atribuíram hostilidade (contra 42% que atribuíram). Em Bolsonaro, 71% não perceberam hostilidade (contra 29% que julgaram a mídia hostil a esse candidato). Considerando os dois candidatos, a mídia foi julgada mais hostil com Lula do que com Bolsonaro. Isso se deve à maior inclinação dos centristas à liderança do PT. Também a percepção de parcialidade dos meios de comunicação foi mais asseverada em relação a Lula, que obteve 59% das respostas na chave “muito tendenciosa”; enquanto, em Bolsonaro, o índice de “muito tendenciosa” foi de 44%. Dos três espectros, os esquerdistas foram os que mais tenderam a achar a imprensa parcial, distorcida ou injusta (Dibai 2019, p. 142-142).

Portanto, cabe ressaltar que, quando falamos da hipótese da mídia hostil, existe uma interpretação subjetiva por parte dos indivíduos de que a mídia estaria contra as suas convicções e preferências. Mas quando falamos do consumo hostil, a perspectiva é de uma busca ativa por conteúdos hostis para monitorar os adversários. Trata-se de um comportamento motivado pela hipótese da mídia hostil. E, ao contrário da exposição seletiva, onde a pessoa evita conteúdos dissonantes, no consumo hostil, ela procura esse conteúdo.

A problemática é que a pessoa não busca o conteúdo para se informar, mas sim motivada por aspectos emocionais negativos, como raiva, ódio e para fortalecer argumentos contra aqueles que são considerados seus inimigos. Esse consumo hostil gera vigilância, reforço identitário e impulsiona a polarização.

Posto isto, no caso dos resultados desta pesquisa, a perspectiva é de que partidários radicais (esquerda e direita) podem assistir ao JN sem uma busca por informação neutra, mas para um consumo reativo, hostil e para monitorar aqueles que são considerados seus “inimigos” (“mídia golpista”, “imprensa hegemônica”, “imprensa antidemocrática”, etc.). Sendo assim, além da percepção de mídia hostil, o eleitorado brasileiro adota um comportamento motivado por essa percepção, o de consumo hostil.

5.2 Hipótese da saliência de conflito

A hipótese da saliência de conflito está diretamente ligada à Teoria da Agenda-Setting (McCombs e Shaw, 1972), que considera que a mídia acaba dando maior destaque a determinados conteúdos com o objetivo de influenciar a opinião pública. Para Hohlfeldt (1997, p. 50), essa saliência pode ser entendida como “a valorização individual dada pelo receptor a um determinado assunto noticiado, que se traduz pela percepção que ele venha emprestar à opinião pública”.

Cabe ressaltar ainda que, os conflitos aparecem entre os principais valores-notícia (Sousa, 2002; Traquina, 2002) e quando fazem parte da agenda da mídia também são transferidos para a do público.

Os efeitos do agendamento – a transferência bem-sucedida da saliência da agenda da mídia à agenda do público – ocorrem em qualquer lugar no qual exista um sistema político relativamente aberto e um sistema midiático razoavelmente aberto (McCOMBS, 2009, p. 66).

Consequentemente, a mídia acaba enfatizando situações de conflito, como disputas e crises políticas, divergências partidárias e confrontos institucionais, que corroboram para a construção de narrativas de ameaça entre partidários de grupos opostos. Por isso, ao apresentar a política como uma arena de combate, a mídia tradicional pode aumentar a saliência de conflito na mente do público, já que aumenta a importância e a visibilidade desses “combates” para o público. A visão é de que, quanto maior for a repetição de determinadas informações, maior será o nível de influência no público (McCombs e Shaw, 1972).

Essa exposição constante ao conflito pode fazer com que os partidários normalizem comportamentos hostis. Nessa linha, Chomsky (2014) aponta que geralmente as pessoas são adeptas ao pacifismo, mas a mídia cria situações em que algo ou alguém é colocado como um inimigo público que precisa ser combatido, ou seja, para o autor o medo desse inimigo é o elemento crucial para que as pessoas se envolvam em questões externas, mortes e tortura. Por isso, “a população precisa ser devolvida à apatia, à obediência e à passividade, que é o seu estado natural” (Chomsky, 2014, p. 14). Para validar a sua afirmativa, Chomsky (2014) cita o medo que Hitler promoveu na Alemanha em relação aos judeus e ciganos na década de 1930, criando a concepção de que seria preciso “aniquilar esses inimigos” para que os alemães se defendessem.

Segundo Mason (2018), por meio da teoria do contato de Gordon Allport (1954), seria possível enviar partidários liberais e conservadores para os mesmos ambientes, visando proporcionar um olhar calmo, simpático e amigável. O argumento de Mason (2018) é de que, desta maneira, a mídia seria obrigada a apresentar partidários adversários de modo mais simpático, o que reduziria a saliência.

Em termos de redução do preconceito partidário americano, a teoria do contato enviaria democratas e republicanos para as mesmas arenas sociais e pediria que eles simplesmente se vissem com um olhar calmo e amigável. Uma maneira de fazer isso poderia ser por meio da mídia. Duckitt (1992) descobriu que “a maneira como a mídia apresenta e retrata as 'realidades' sociais e intergrupais pode influenciar significativamente a saliência percebida de (a) distinções, papéis e desigualdades intergrupais; (b) estereótipos negativos; (c) a aceitabilidade social do preconceito; e (d) normas que governam o comportamento intergrupar” (255). Essa abordagem obrigaria nossa mídia de notícias partidária a apresentar partidários opostos de maneiras mais simpáticas, mas também adicionaria partidários simpáticos de ambos os lados a programas de televisão simples baseados em entretenimento, incluindo programas consumidos principalmente por partidários de cada partido (Mason, 2018, p. 164, tradução nossa)⁷⁷.

Conforme sinalizado por Mason (2018), a teoria do contato não se aplica adequadamente em contextos sociopolíticos com grande polarização, como é o caso brasileiro. “A televisão partidária tende a bajular seus próprios fãs, tornando esse desenvolvimento improvável” (Mason, 2018, p. 164, tradução nossa)⁷⁸. No caso brasileiro, a tendência segue a mesma, com veículos de comunicação cada vez mais alinhados com posições político-partidárias.

Portanto, esse resultado do JN desbanca narrativas superficiais que apontam que apenas as redes sociais favorecem a radicalização de opiniões, evidenciando

⁷⁷ *In terms of reducing American partisan prejudice, contact theory would send Democrats and Republicans into the same social arenas and ask them to simply see each other with a calm and friendly set of eyes. One way to accomplish this could be via media. Duckitt (1992) found that “the manner in which the media present and portray social and intergroup realities’ can markedly influence the perceived salience of (a) intergroup distinctions, roles, and inequities; (b) negative stereotyping; (c) the social acceptability of prejudice; and (d) norms that govern intergroup behavior” (255). This approach would compel our partisan news media to present opposing partisans in more sympathetic ways, but would also add sympathetic partisans of both sides to simple entertainment-based television shows, including shows consumed mainly by partisans of each party.*

⁷⁸ *The television tends to pander to its own fans, making this development unlikely.*

que a interação de partidários engajados com a mídia tradicional é bastante complexa e pode ter consequências inesperadas no comportamento desse público.

Por fim, Hohlfeldt (1997, p. 49) explica que:

Conclui-se, assim, que a influência do agendamento por parte da mídia depende, efetivamente, do grau de exposição a que o receptor esteja exposto, mas, mais que isso, do tipo de mídia, do grau de relevância e interesse que este receptor venha a emprestar ao tema, a saliência que ele lhe reconhecer, sua necessidade de orientação ou sua falta de informação, ou, ainda, seu grau de incerteza, além dos diferentes níveis de comunicação interpessoal que desenvolver Hohlfeldt (1997, p. 49).

Ou seja, não se pode falar que esse efeito é automático, pois a mídia só consegue influenciar o que as pessoas consideram importantes quando há a existência de aspectos como: hábitos de consumo de mídia, grau de exposição, saliência atribuída pelo receptor da informação e nível de informação e/ou desinformação em relação a um determinado assunto. No caso do JN, por exemplo, essa saliência de conflito depende mais do indivíduo que consome a informação do que do próprio veículo de comunicação. Neste cenário, o partidário forte, a polarização afetiva e vieses são condicionantes que podem levar o indivíduo a saliência de conflito.

5.3 Considerações finais

Os resultados desta pesquisa de dissertação acendem um importante alerta, apontando que redes sociais que viabilizam a disseminação de informações sem filtros ou qualquer tipo de moderação podem facilitar a propagação de discursos e comportamentos políticos extremistas. Nesses locais, aspectos como anonimato e a sensação de “liberdade de expressão” indiscriminada, sem preocupação com os direitos do outro, podem fortalecer comportamentos políticos extremistas.

Esse argumento, entretanto, não se pauta em aspectos como a regulação da internet. Mas considera necessária a adoção de medidas que freiem o radicalismo, as postagens contendo discurso de ódio, racistas, homofóbicos, xenofóbicos, entre outros, que firam os direitos, garantias e liberdades fundamentais, bem como coloquem em risco o próprio sistema democrático.

Por outro lado, precisamos considerar a influência das mídias tradicionais, em especial do Jornal Nacional, pela significância estatística positiva obtida neste estudo. À medida que essas mídias focam mais nos conflitos e nas personalidades

políticas, elas podem colaborar para o fortalecimento de paixões e ódio extremos, conforme apontado por Mason (2018). Esses sentimentos estão diretamente ligados ao aumento de preconceitos entre grupos e adoção de comportamentos políticos extremistas.

Logo, é fundamental considerar que a polarização política e os comportamentos políticos extremistas exercem influência direta na cidadania, colaborando para o crescimento da intolerância, da desinformação e para o enfraquecimento do diálogo democrático. Além disso, tende a estimular a desconfiança em relação a instituições que são essenciais à própria democracia, como a imprensa, a justiça e o sistema eleitoral. Com isso, a polarização política e os comportamentos políticos extremistas se afastam dos ideais de pluralismo democrático, do interesse público e da cidadania ativa.

O fato é que, “como cidadãos, podemos não ser capazes de mudar as regras primárias ou suavizar a mídia partidária, mas podemos começar a entender o quanto nosso comportamento político é motivado por forças que não são racionais ou justas” (Mason, 2018, p. 26, tradução nossa)⁷⁹. Portanto, cada indivíduo precisa fortalecer o seu senso crítico em relação aos seus comportamentos políticos e sociais, buscando adotar condutas mais flexíveis, abertas ao diálogo e com foco no bem-estar coletivo.

Outrossim, os resultados desta dissertação representam um ponto de partida importante para a realização de novos estudos empíricos sobre a relação entre os hábitos de consumo de mídia e o radicalismo partidário no Brasil. Embora os dados não validem completamente a hipótese inicial, eles indicam a existência de certa influência dos hábitos de consumo de mídia para o apoio à violência política. Entretanto, não se trata de uma pesquisa conclusiva, assim como nenhuma investigação de fenômeno social se propõe a ser, já que existem significativas transformações sociais no decorrer do tempo e existem muitos fatores que influenciam em momentos de maior ou menor polarização política, entre eles a própria eleição.

Cabe considerar que, ao longo dos anos, os comportamentos políticos extremistas têm aumentado significativamente durante as eleições presidenciais,

⁷⁹ *As citizens, we may not be able to change the primary rules or tone down the partisan media, but we can begin to understand how much of our political behavior is driven by forces that are not rational or fair-minded.*

conforme ocorreu em 2018 e 2022. Assim, existe uma probabilidade de que a eleição de 2026 também seja bastante polarizada e com manifestações radicalizadas. Por isso, esta dissertação apresenta informações importantes para pesquisadores e para a sociedade em geral, indicando a necessidade do reforço do senso crítico das pessoas, de estímulo à cidadania e de combate à desinformação.

Além disso, este estudo alerta para a importância da pluralidade de informações, da conscientização acerca das bolhas informacionais e das câmaras de eco. É preciso ainda evitar o reforço de vieses que fazem com que as pessoas se isolem de conteúdos e de indivíduos que se contrapõem ao que elas acreditam e defendem. Contudo, conforme apontado por Santaella (2020, p. 23) é ingênuo acreditar que podemos nos livrar das bolhas e que elas são as culpadas pelas *fake news*, pois a “raiz do mal encontra-se na ausência de processos educativos capazes de conduzir as pessoas a autoexigência de continuamente recriarem as suas visões do mundo, do outro e de si mesmos”.

Finalmente, destaca-se que, apesar das limitações em relação à amostra analisada e o fato desta não ser uma pesquisa representativa da população brasileira, ela abre espaço para que novas investigações mais aprofundadas sejam realizadas. Logo, os dados obtidos podem viabilizar a reflexão e a realização de estudos comparativos, permitindo identificar se essa influência dos hábitos de consumo de mídia em um período pré, durante e após as eleições, é distinta da observada no momento do desenvolvimento desta dissertação, que trabalha com dados coletados em 2024.

REFERÊNCIAS

ABRAMOWITZ, Alan I. **The vanishing center**: engaged citizens, polarization, and American democracy. New Haven: Yale University Press, 2011.

ADORNO, T. W.; FRENKEL-BRUNSWIK, E.; LEVINSON, D. J.; SANFORD, R. N. **The authoritarian personality**. New York: Harper & Row, 1950.

BABBIE, Earl et al. **Métodos de pesquisas de survey**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1999.

BLUMLER, Joseph G.; KATZ, Elihu. **The uses of mass communications**. Beverly Hills: SAGE Publications, 1974.

BRASIL. [Constituição (1988)]. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Brasília, DF: Presidência da República,. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em 12 dez. 2024.

BOBBIO, Norberto. **Era dos direitos**. Elsevier Brasil, 2004.

CARVALHO, José Murilo de. **Cidadania no Brasil**: o longo caminho. 3. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. Tradução Klauss Brandini Gerhardt. 2. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

CASTRO, Horácio Matias; FERREIRA, Juliana Carvalho. **Modelos de regressão linear e logística**: quando utilizá-los e como interpretá-los? Revista Brasileira de Pneumologia, v. 48, 2022. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/jbpneu/a/8ddLBhmCQZpS7bhqwywFWTB/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 2 nov. 2025.

CHOMSKY, N. **Mídia**: propaganda política e manipulação. Tradução de Fernando Santos. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2014.

CRESWELL, John. W. **Projeto de pesquisa**: métodos qualitativo, quantitativo e misto. Tradução de Luciana de Oliveira da Rocha. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2007.

CORTINA, A. **Cidadãos do mundo: para uma teoria da cidadania**. Tradução. Silvana Cobucci Leite. São Paulo: Loyola, 2005.

DA CUNHA, Nilton Pereira *et al.* **As bolhas informacionais, a polarização afetiva e a destruição dos vínculos na era digital**. Revista Tópicos, v. 3, n. 24, p. 1-15, 2025. Disponível em: https://revistatopicos.com.br/generate/pdf_zenodo/pub_16790649.pdf. Acesso em: 13 nov. 2025.

DA FONSECA, João. José. S. **Apostila metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002.

DALMONTE, Edson. F. **Estudos culturais em comunicação**: da tradição britânica à contribuição latino-americana. Idade Mídia, São Paulo, v. 2, p. 67–90, 2002. Disponível em: https://www.infoamerica.org/documentos_pdf/dalmonte.pdf. Acesso em: 5 out. 2025.

D'ALESSIO, Dave; ALLEN, Mike. **Selective exposure and dissonance after decisions**. Psychological Reports, v. 91, n. 2, p. 527–532, 2002. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/283936472_Selective_exposure_and_dissonance_after_decisions. Acesso em: 3 fev. 2025.

DA SILVA FERREIRA, D; SANTOS, R. A. **Explorando a estrutura das redes da extrema-direita brasileira no Telegram**: uma proposta de classificação para compreender a divisão e os elos entre suas comunidades. Administração Pública e Gestão Social, v. 17, n. 1, 2025. Disponível em: <https://www.redalyc.org/journal/3515/351580876002/html/>. Acesso em: 2 nov. 2025.

DA SILVA, João Pedro. B. C. **Modelos de regressão linear e logística utilizando o software R**. Dissertação (Mestrado em Estatística, Matemática e Computação) — Universidade Aberta, Portugal, 2016. Disponível em: <https://www.proquest.com/openview/b7bb7b3d13dc653f15c88555da42fb6b/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2026366&diss=y>. Acesso em: 2 nov. 2025.

DIBAI, Priscilla Cabral. Media effects: o impacto do partidarismo na percepção da mídia sobre Lula e Bolsonaro. Mediação, Belo Horizonte, v. 22, n. 29, p. 129-152, jan./jun. 2019. Disponível em: <https://revista.fumec.br/index.php/mediacao/article/view/6917>. Acesso em: 15 nov. 2025.

DOOSJE, Bertjan; MOGHADDAM, F.; KRUGLANSKI, Arie W.; DE WOLF, A.; MANN, L.; FEDDES, A. R. **Terrorism, radicalization and de-radicalization**. Current Opinion in Psychology, v. 11, p. 79–84, 2016. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2352250X16300811>. Acesso em fev. 2025.

FAVA, Gihana. P. **Filtro bolha**: desafio para propagação de informação no meio digital. In: Anais do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, 2013. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/sudeste2013/resumos/R38-1698-1.pdf>. Acesso em jan. 2024.

FESTINGER, Leon. **A Theory of Cognitive Dissonance**. Stanford: Stanford University Press, 1957.

FIORINA, M. P.; ABRAMS, S. J.; POPE, J. C. **Cultural war?** The myth of polarized America. 3. ed. New York: Pearson Longman, 2010.

FONSECA, Francisco. **Mídia, poder e democracia**: teoria e práxis dos meios de comunicação. Revista Brasileira de Ciência Política, p. 41-69, 2011. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbcpol/a/6bCYRSVtShSg6wqwhQq6vQQ/?format=html&lang=pt>. Acesso em: 12 dez. 2024.

FUKS, Mário.; MARQUES, Pedro. H.. Polarização e contexto: medindo e explicando a polarização política no Brasil. *Opinião Pública*, v. 28, n. 3, p. 560–593, set. 2022. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/op/a/SCmKT44FzwmGMp6jtBZ3Dfk/?lang=pt>. Acesso em: 12 nov. 2025.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GONZAGA JUNIOR, Carlos. A. **Desinformação e fake news como modos de negação comunicacional da cidadania**: um estudo do perfil @jairbolsonaro. 2022. 478 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2022. Disponível em: <https://repositorio.bc.ufg.br/tede/items/3077e193-a3bb-46f5-be93-8e3aed23f20f>. Acesso em: 10/03/2024.

GORCZEVSKI, Clovis; BELLOSO MARTÍN, Nuria. **A necessária revisão do conceito de cidadania**: movimentos sociais e novos protagonistas na esfera pública democrática. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2011. Disponível em: <https://repositorio.unisc.br/jspui/bitstream/11624/1816/5/A%20necess%C3%A1ria%20revis%C3%A3o%20do%20conceito%20de%20cidadania.pdf>. Acesso em: 18 abr. 2025.

GUESS, Andrew; LYONS, Benjamin; NYHAN, Brendan.; REIFLER, Jason. **Avoiding the echo chamber about echo chambers**: Why selective exposure to like-minded political news is less prevalent than you think. Miami: John S. and James L. Knight Foundation, 2018. Disponível em: https://kf-site-production.s3.amazonaws.com/media_elements/files/000/000/133/original/Topos_KF_White-Paper_Nyhan_V1.pdf. Acesso em: 10 set. 2025.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 10. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

HETHERINGTON, Marc J; WEILER, Jonathan. D. **Authoritarianism and Polarization in American Politics**. Cambridge University Press, 2009.

HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C; FRANÇA, Vera Veiga (Org.). **Teorias da Comunicação**: Conceitos, escolas e tendências. Petrópolis: Editora Vozes, 2001.

_____. Os estudos sobre a hipótese de agendamento. *Revista Famecos*, v. 4, n. 7, p. 42-51, 1997. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/revistafamecos/article/download/2983/2265/10354>. Acesso em: 15 nov. 2025.

HOLBERT, R. Lance. **De volta ao básico**: revisitando, resolvendo e expandindo algumas das questões fundamentais da pesquisa em comunicação política. *Comunicação Política*, v. 22, n. 4, p. 511–514, 2005. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/10584600500311436>. Acesso em: 4 nov. 2025.

IYENGAR, Shanto; HAHN, Kyu S. **Red media, blue media**: evidence of ideological selectivity in media use. *Journal of Communication*, v. 59, n. 1, p. 19–39, 2009. Disponível em:

<https://web.stanford.edu/class/comm1a/readings/iyengar-redmedia-bluedmedia.pdf>.

Acesso em: 28 out. 2025.

IYENGAR, Shanto; LELKES, Yphtach; LEVENDUSKY, Matthew; MALHOTRA, Neil; WESTWOOD, Sean J. **The Origins and Consequences of Affective Polarization in the United States**. Annual Review of Political Science, v. 22, p. 129–146, 2019.

Disponível em:

https://pcl.sites.stanford.edu/sites/g/files/sbiybj22066/files/media/file/iyengar-ar-origin_s.pdf. Acesso em: 15 dez. 2024.

JONAS, Eva; SCHULZ-HARDT, Stefan; FREY, Dieter. **Giving advice or making decisions in someone else's place**: The influence of impression, defense, and accuracy motivation on the search for new information. Personality and Social Psychology Bulletin, v. 31, n. 7, p. 977–990, 2005.

JUSTIÇA GLOBAL; TERRA DE DIREITOS (org.). **Violência política e eleitoral no Brasil**: panorama das violações de direitos humanos entre 2 de setembro de 2020 e 31 de outubro de 2022. 2. ed. Rio de Janeiro: Justiça Global; Terra de Direitos, 2023.

KALMOE, Nathan P.; MASON, Lilliana. **Radical American partisanship**: mapping violent hostility, its causes, and the consequences for democracy. In: Radical American Partisanship. University of Chicago Press, 2022.

KAUFMAN, Dora; SANTAELLA, Lucia. **O papel dos algoritmos de inteligência artificial nas redes sociais**. Revista Famecos, 27, n. 1, p. e34074-e34074, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2020.1.34074>. Acesso em: 2 nov. 2025.

KINDER, Donald R. **Communication and politics in the age of information**. In: IYENGAR, Shanto; McGRADY, Richard (orgs.). New Directions in Political Communication. Washington, DC: CQ Press, 2003. Disponível em: <https://psycnet.apa.org/record/2003-88243-012>. Acesso em: 3 out. 2024.

KUSHNIR, Beatriz. **Cães de guarda**: jornalistas e censores, do AI-5 à Constituição de 1988. São Paulo: Boitempo Editorial, 2004.

LAZARSELD, Paul F.; BERELSON, Bernard; GAUDET, Hazel. **The people's choice**: how the voter makes up his mind in a presidential election. Columbia University Press, 1948.

LEVENDUSKY, Matthew. **The Partisan Sort**: como os liberais se tornaram democratas e os conservadores se tornaram republicanos. University of Chicago Press, 2009.

LEVY, Gilat; RAZIN, Ronny. **Echo Chambers and Their Effects on Economic and Political Outcomes**. Annual Review of Economics, v. 11, p. 303–328, 2019. DOI: 10.1146/annurev-economics-080218-030343. Disponível em: <https://www.annualreviews.org/content/journals/10.1146/annurev-economics-080218-030343>. Acesso em: 7 ago. 2025.

LIMA, Renato Sérgio de; *et al.* **Medo da violência e adesão ao autoritarismo no Brasil**: proposta metodológica e resultados em 2017. Opinião Pública, v. 26, n. 1, p.

34-65, 2020. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/op/a/wxYvwGFKfsm7XQYpYnQ7Dzv/?lang=pt#>. Acesso em: 2 nov. 2025.

MAIA, Rousiley. **Métodos de pesquisa em comunicação política**. Salvador: EDUFBA, 2022.

MANZATO, Antonio J.; SANTOS, Adriana B. **A elaboração de questionários na pesquisa quantitativa**. Departamento de Ciência de Computação e Estatística–IBILCE–UNESP, v. 17, 2012.

MARSHALL, T. H. **Cidadania, classe social e status**. Rio de Janeiro: Zahar, 1967.

_____. **Cidadania e Classe Social**. Ed. atualizada, trad. e rev. de EaD/CEE/MCT (2.^a ed.). Brasília: Senado Federal/Centro de Estudos Estratégicos/Ministério da Ciência e Tecnologia, 2002.

MARTINS JUNIOR, Joaquim. **Como escrever trabalhos de conclusão de curso**: instruções para planejar e montar, descrever, concluir, redigir e apresentar trabalhos monográficos e artigos. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 2010.

MASON, Lilliana. **Uncivil Agreement: How Politics Became Our Identity**. University of Chicago Press, 2018.

MCCARTHY, Nolan; POOLE, Keith T.; ROSENTHAL, Howard. **Polarized America London**: the dance of ideology and unequal riches. The MIT Press, 2006.

McCOMBS, Maxwell. **A Teoria da Agenda: a mídia e a opinião pública**. Petrópolis, RJ:Vozes, 2009.

_____. SHAW, Donald. **The agenda-setting function of mass media**. Public Opinion Quarterly, Oxford, v. 36, n. 2, Summer, p. 176-187, 1972.

MUNDIM, Pedro Santos; GRAMACHO, Wladimir; TURGEON, Mathieu; STABILE, Max. **Viés noticioso e exposição seletiva nos telejornais brasileiros durante a pandemia de COVID-19**. Opinião Pública, Campinas, v. 28, n. 3, p. 615-634, set.-dez. 2022. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/op/a/Wx3LYXLsZbNrLkxcQ9ggBJC/?format=pdf&lang=pt>.

Acesso em: 11 nov. 2024.

NUNES, Felipe; TRAUMANN, Thomas. **Biografia do abismo**: como a polarização divide famílias, desafia empresas e compromete o futuro do Brasil. Rio de Janeiro: Harper Collins, 2023.

O'NEIL, Cathy. **Weapons of Math Destruction: How Big Data Increases Inequality and Threatens Democracy**. Nova York: Crown, 2016.

PAIVA, Denise; KRAUSE, Silvana; LAMEIRÃO, Adriana Paz. **O eleitor antipetista: partidarismo e avaliação retrospectiva**. Opinião Pública, Campinas, v. 22, p. 638–674, 2017. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/op/a/hm8x7WPcts3mWNCszgHb7cd/?format=html&lang=pt>.

Acesso em: 3 nov. 2025.

PARISER, Eli. **O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você.** Trad. de Diego Alfaro. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

PINSKY, Jaime; PINSKY, Carla Bassanezi (org.). **História da cidadania.** 2. ed. São Paulo: Contexto, 2003.

RECUERO, Raquel; ZAGO, Gabriela; SOARES, Felipe B. **Mídia social e filtros-bolha nas conversações políticas no Twitter.** Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Encontro Anual (Compós). (26.: 06-09 jun. 2017: São Paulo, SP).[Anais]. São Paulo: Faculdade Cásper Líbero, 2017. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/166193/001047200.pdf>. Acesso em: 6 jun. 2025.

RECUERO, Raquel; SOARES, Felipe; ZAGO, Gabriela. **Polarização, hiperpartidarismo e câmaras de eco: como circula a desinformação sobre COVID-19 no Twitter.** *Contracampo*, Niterói, v. 40, n. 1, p. 1-16, 2021. DOI:10.22409/contracampo.v40i1.45611. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/contracampo/article/view/45611>. Acesso em: 10 maio 2025.

REDLAWSK, David P. **Hot cognition or cool consideration?** *Journal of Politics*, v. 64, n. 4, p. 1021–1044, 2002. Disponível em: https://fbaum.unc.edu/teaching/articles/Redlawsk_2002.pdf. Acesso em: 1 nov. 2025.

RUBIM, Antonio Albino Canelas; AZEVEDO, Fernando Antônio. **Mídia e política no Brasil: estudos e perspectivas.** Salvador: Universidade Federal da Bahia, 1998. In: En Anais do IV Congresso Latinoamericano de Ciencias de la Comunicación (IV ALAIC). Disponível em: <https://arquivo.bocc.ubi.pt/pag/rubim-albino-midia-politica-brasil.pdf>. Acesso em: 12 jun. 2025.

SAMUELS, David J.; ZUCCO, Cesar. **Partisans, Antipartisans, and Nonpartisans: voting Behavior in Brazil.** Cambridge University Press, 2018.

SANDVIG, C. **Seeing the sort: The aesthetic and industrial defense of “the algorithm”.** *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, v. 66, n. 7, p. 1381-1389, 2015. Disponível em <https://dblp.org/db/journals/jasis/jasis66.html>. Acesso em 28 de out. 2025.

SANTAELLA, Lúcia. **A semiótica das fake news.** *Verbum*, v. 9, n. 2, p. 09-25, 2020.

SAMPAIO, Rafael Cardoso. **Jornal Nacional e Percepção de mídia hostil: Um estudo da presunção de internautas no YouTube.** *Comunicação & Inovação*, v. 12, n. 22, 2011. Disponível em: https://www.seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/pt_BR/article/view/1160/942. Acesso em: 13 nov. 2025.

SHERIF, Muzafer; SHERIF, Carolyn Wood. **Groups in harmony and tension.** New York: Harper & Brothers, 1953.

SHERIF, Muzafer; HARVEY, O. J.; WHITE, B. J.; HOOD, W. R.; SHERIF, Carolyn W. **Intergroup conflict and cooperation: The Robbers Cave experiment.** Norman: University of Oklahoma Book Exchange, 1961.

SIGNATES, Luiz; MORAES, Ângela. A cidadania como comunicação: estudo sobre a especificidade comunicacional do conceito de cidadania. In: _____. **Cidadania comunicacional: teoria, epistemologia e pesquisa**. [ebook]. Goiânia: Gráfica UFG, 2019. p.13-33. Disponível em:

https://www.researchgate.net/publication/338282291_CIDADANIA_COMUNICACIONAL_Teoria_epistemologia_e_pesquisa. Acesso em: 1 fev. 2025.

SOUSA, Jorge Pedro. Teorias da Notícia e do Jornalismo. Chapecó: Argos, 2002.

STELLMACHER, Jost; PETZEL, Thomas. **Authoritarianism as a group phenomenon**. Political Psychology, v. 26, n. 2, p. 245-274, 2005.

STROUD, N. J. **“Media effects, selective exposure, and Fahrenheit 9/11”**.

Political Communication, vol. 24, n. 4, p. 415-432, 2007. Disponível em:

<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10584600701641565>. Acesso em 15 jun. 2025.

_____. **“Media use and political predispositions: revisiting the concept of selective exposure”**. Political Behavior, vol. 30, n. 3, p. 341-366, 2008.

SUNSTEIN, Cass R. **#Republic: Divided democracy in the age of social media**. Nova Jersey: Princeton University Press, 2017.

TABER, Charles S.; LODGE, Milton. **Motivated skepticism in the evaluation of political beliefs**. American Journal of Political Science, v. 50, n. 3, p. 755–769, 2006. Disponível em:

<https://fbaum.unc.edu/teaching/articles/AJPS-2006-Taber.pdf>. Acesso em: 1 nov. 2025.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa e NERY, Vanda Cunha Albieri. **Para entender as Teorias da Comunicação**. 2. ed. revista e atualizada. Goiânia: EDFU, 2009.

TRAQUINA, Nelson. O Estudo do Jornalismo no Século XX. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2002.

_____. Teorias do Jornalismo. Porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2004.

TUCCI, Giulia; GOUVEIA, Fábio Castro. **O discurso do bolsonarismo nas eleições 2022: uma investigação da desinformação viral em grupos de Telegram**. Em Questão, v. 31, p. e-141754, 2025. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/emquestao/a/L6N7v45pyMgPqnqVg65bMMf/?format=html&lang=pt>. Acesso em: 2 nov. 2025.

TUFEKCI, Z. **Engineering the public: Big data, surveillance and computational politics**. First Monday, v. 19, n. 7, 2014.

TUZZO, Simone Antoniacci et al. **O lado Sub da Cidadania a partir de uma leitura crítica da Mídia**. In: PAIVA, Raquel e TUZZO, Simone Antoniacci. Comunidade, mídia e cidade: Possibilidades comunitárias na cidade hoje. Goiânia: FIC/UFG, 2014.

VALLONE, Robert P.; ROSS, Lee; LEPPER, Mark R. **The hostile media phenomenon**: biased perception and perceptions of media bias in coverage of the Beirut massacre. *Journal of Personality and Social Psychology*, v. 49, n. 3, p. 577–585, 1985. Disponível em: <https://users.ssc.wisc.edu/~jpiliavi/965/hwang.pdf>. Acesso em: 1 ago. 2025.

VENÂNCIO, Otávio R. et al. **Evidências de disseminação de conteúdo no Telegram durante o ataque aos órgãos públicos brasileiros em 2023**. In: *Simpósio Brasileiro de Multimídia e Web (WebMedia)*. SBC, 2024. pág. 385-389. Disponível em: <https://sol.sbc.org.br/index.php/webmedia/article/view/30337>. Acesso em: 2 nov. 2025.

WINKIN, Yves. **A nova comunicação**: Da teoria ao trabalho de campo. SAMAIN, Etienne (org); FERREIRA, Roberto Leal (trad.). Campinas, SP: Papyrus, 1998.

WOODWARD, Michael L.; PERSINGER, Lisa L. **Robbers Cave Study Summary**. *Essays in Developmental Psychology*, 2025. Disponível em: <https://nsuworks.nova.edu/edp/173>. Acesso em: 10 maio 2025

ZALLER, John R. **The Nature and Origins of Mass Opinion**. Cambridge University Press, 1992.