

Disputas de verdade e confiança na mídia: contrastes entre lulistas e bolsonaristas¹

Erivelto Amarante²

Universidade Federal do Paraná – UFPR

Resumo

Este estudo investiga como a confiança na mídia tradicional se distribui entre os polos políticos antagônicos do Brasil contemporâneo, com foco em eleitores identificados como lulistas e bolsonaristas. O corpus é composto por dados de *survey* aplicado entre fevereiro e março de 2025, com 1.100 participantes (550 lulistas e 550 bolsonaristas), recrutados em grupos públicos de WhatsApp. A amostra apresenta equilíbrio de gênero e diversidade etária, permitindo avaliar como fatores geracionais e de identidade política influenciam práticas informacionais. O objetivo é compreender de que modo a confiança na imprensa opera como marcador simbólico, atravessado por afetos, ideologia e disputas por legitimidade. A metodologia adota abordagem quantitativa, descritiva e comparativa, com análise estatística e uso do software R. Entre os referenciais teóricos adotados, destacam-se Kohring e Matthes (2007), Tsfati e Ariely (2014), Farkas e Schou (2020) e Russo (2022). Os resultados apontam que lulistas tendem a confiar mais na mídia tradicional, verificam informações com mais frequência e compartilham menos conteúdos falsos, enquanto bolsonaristas rejeitam sistematicamente a imprensa e validam fontes alternativas como WhatsApp e YouTube. Conclui-se que a confiança na mídia se estrutura como um campo de disputa simbólica, evidenciando diferentes regimes de verdade e percepção institucional.

Palavra-chave: confiança na mídia; desinformação; *fake news*; polarização política; bolsonarismo; lulismo.

INTRODUÇÃO

A relação entre mídia e política no Brasil é central para entender os atuais conflitos simbólicos. Em um cenário de polarização e desinformação, a imprensa tradicional passou a ser questionada quanto à sua imparcialidade e legitimidade. Lulistas adotam uma crítica seletiva, enquanto bolsonaristas expressam rejeição integral e performática (Kohring; Matthes, 2007; Albuquerque, 2020).

Este estudo investiga como a confiança (ou sua negação) se manifesta entre os dois campos políticos, com base em *survey* aplicado a 1.100 participantes. A análise considera fontes informacionais, verificação de notícias e compartilhamento de

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Desinformação, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutor em Ciência Política e mestre em Comunicação pela Universidade Federal do Paraná – UFPR. E-mail: contato.amarante@ufpr.br.

conteúdos. Parte-se da hipótese de que a confiança na mídia funciona como marcador simbólico de identidade política, moldado por afetos e disputas ideológicas (Tsfati; Ariely, 2014; Farkas; Schou, 2020).

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A confiança na mídia é compreendida como um fenômeno multidimensional, envolvendo fatores cognitivos, afetivos e sociais. Em contextos polarizados, estudos sugerem que o alinhamento político passa a influenciar fortemente a percepção de credibilidade, relativizando critérios tradicionais de imparcialidade e acurácia (Tsfati; Ariely, 2014; Russo, 2022). Assim, a confiança pode refletir mais a identificação com determinados discursos do que avaliações técnicas da informação.

No Brasil, a literatura aponta que o fortalecimento do bolsonarismo intensificou discursos de deslegitimação da mídia tradicional. Entre seus apoiadores, há valorização crescente de fontes alternativas, como WhatsApp e YouTube, frequentemente descritas como canais de reafirmação identitária (Pereira, 2021; Correia, 2019). Esses ambientes são vistos como espaços de construção de autoridade informacional fora das instâncias convencionais do jornalismo.

Entre setores progressistas, observam-se críticas à cobertura da imprensa, mas sem rejeição integral à sua função pública. Autores indicam que há uma relação ambivalente, que combina ceticismo com defesa da liberdade de imprensa (Lima, 2012; Miguel, 2022). Nesse cenário, a confiança na mídia é interpretada como expressão de disputas simbólicas sobre verdade, legitimidade e papel das instituições na mediação da realidade (Porath; Puente; Ortiz, 2022; Farkas; Schou, 2020).

METODOLOGIA

A pesquisa adota abordagem quantitativa, descritiva e comparativa, com base em *survey* aplicado entre fevereiro e março de 2025. A amostra foi composta por 1.100 participantes, sendo 550 identificados como lulistas e 550 como bolsonaristas, recrutados em grupos públicos de WhatsApp. A seleção considerou critérios de autoidentificação política e participação discursiva em ambientes digitais previamente mapeados. O

questionário incluiu 23 perguntas organizadas em três blocos: perfil sociodemográfico, práticas informacionais e atitudes políticas.

Os participantes apresentam distribuição relativamente equilibrada entre os gêneros, com leve predominância masculina, e diversidade etária, com maior incidência nas faixas de 25 a 44 anos, além da presença de jovens e pessoas acima de 60 anos. Também há variações significativas em termos de escolaridade, renda e região, o que possibilita observar como diferentes condições sociais atravessam a relação com a mídia e as práticas informacionais.

A variável dependente é o nível de confiança na mídia tradicional, mensurado em escala ordinal. As variáveis independentes consideram o grupo político, fontes consideradas confiáveis, frequência de verificação de notícias e comportamento diante de *fake news*. A análise foi realizada com o software R, utilizando testes estatísticos e visualizações comparativas com foco interpretativo, a fim de identificar padrões simbólicos e alinhamentos ideológicos entre os grupos (Tufte, 1990; Bertin, 1983).

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os dados revelam uma clivagem clara entre confiança na mídia e posicionamento político. Lulistas demonstram maior adesão a fontes tradicionais, com 72% verificando informações e apenas 9,6% admitindo o compartilhando de *fake news*. Já bolsonaristas expressam forte rejeição à imprensa, com 74,4% declarando pouca ou nenhuma confiança e 22% assumindo o compartilhamento de conteúdos falsos, o que sugere a adesão a um sistema informacional paralelo.

A análise de correspondência mostra que fontes como TV aberta e portais de notícia se alinham ao repertório lulista, enquanto fontes alternativas, frequentemente associadas à desinformação, se vinculam ao campo bolsonarista. Essa estrutura relacional sugere que a confiança não é um julgamento racional isolado, mas parte de um sistema discursivo mais amplo, no qual a seleção e validação da informação estão subordinadas a afinidades ideológicas e simbólicas.

Além das distinções quantitativas, os dados revelam diferenças qualitativas nos modos como cada grupo interpreta a função social da imprensa. Enquanto os lulistas, mesmo críticos, tendem a reconhecer a mídia como instância de vigilância democrática, os bolsonaristas a reposicionam como inimiga simbólica, cúmplice de um suposto complô

cultural. A imprensa, assim, é transformada em signo de disputa epistêmica: entre os progressistas, ela é alvo de críticas internas ao campo democrático; entre os conservadores radicais, é deslegitimada como categoria.

CONCLUSÃO

Os resultados indicam que a confiança na mídia atua como expressão de identidade política. Lulistas mantêm uma crítica seletiva, enquanto bolsonaristas tendem à rejeição sistemática da imprensa. Essa diferença reflete disputas mais amplas por autoridade, legitimidade e definição do que é considerado verdade.

Não obstante, a análise revelou que a confiança na mídia está associada ao alinhamento político, e a rejeição bolsonarista assume caráter performático. Em contextos de radicalização, a imprensa torna-se um espaço de disputa simbólica. Conclui-se que compreender essas dinâmicas é fundamental para enfrentar os desafios da comunicação democrática.

Referências

ALBUQUERQUE, Afonso. O discurso das fake news e sua implicação comunicacional na política e na ciência. **Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde**, v. 14, n. 1, 2020.

BERTIN, Jacques. **La graphique et le traitement graphique de l'information**. Paris: Flammarion, 1983.

CORREIA, João Carlos. O novo ecossistema mediático e a desinformação como estratégia política dos populismos. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 16, n. 2, p. 23-32, 2019.

FARKAS, Johan; SCHOU, Jannick. **Post-truth, fake news and democracy: Mapping the politics of falsehood**. London: Routledge, 2020.

KOHRING, Matthias; MATTHES, Jörg. Trust in news media: development and validation of a multidimensional scale. **Communication Research**, v. 34, n. 2, p. 231–252, 2007.

LIMA, Venício A. de. **Mídia: crise política e poder no Brasil**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2012.

MIGUEL, Luis Felipe. **Democracia na periferia capitalista: impasses do Brasil**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2022.

PEREIRA, Matheus. A personificação da nova direita brasileira: um olhar sobre os eleitores de Jair Bolsonaro na campanha presidencial de 2018. **Tropos: Comunicação, Sociedade e Cultura**, v. 10, n. 1, 2021.

PORATH, William; PUENTE, Sebastián; ORTIZ, Claudia. The connection between perceptions of media bias and influence and affective polarization: an examination in Brazil and Mexico. **Revista de Comunicación Política**, n. 5, p. 1–19, 2022.

RUSSO, Guilherme. “Them” without “us”: negative identities and affective polarization in Brazil. **Democratization**, v. 29, n. 7, p. 1281–1301, 2022.

TSFATI, Yariv; ARIELY, Gal. Individual and contextual correlates of trust in media across 44 countries. **Communication Research**, v. 41, n. 6, p. 760–782, 2014.

TUFTE, Edward R. The visual display of quantitative information. Cheshire: **Graphics Press**, 1990.