

Entre política, mídia e saúde: a mediação da politização da pandemia de covid-19 pelo *Jornal Nacional* e *Jornal da Record*

Between politics, media, and health: How *Jornal Nacional* and *Jornal da Record* mediated the politicization of the COVID-19 pandemic

Pedro Santos Mundim¹ 

Isabella Amaral de Oliveira¹ 

Resumo: Desde o início, a pandemia de covid-19 se configurou como um problema de saúde pública e político que impactou atitudes e comportamentos da população. No Brasil, a sua politização pelo ex-presidente Jair Bolsonaro exacerbou essa dinâmica, influenciando tanto o consumo de informações quanto as ações individuais em relação à doença. O estudo analisa a mediação da exposição midiática, destacando o papel dos principais telejornais do país, *Jornal Nacional* e *Jornal da Record*, na formação de percepções e comportamentos em relação à covid-19. Os resultados indicam que parte da influência política na pandemia foi mediada pela exposição aos telejornais, sublinhando a necessidade de uma compreensão abrangente das interações entre saúde, política e mídia.

Palavras-chave: COVID-19; politização; telejornais; mediação.

¹Universidade Federal de Goiás – Goiânia (GO), Brasil.

Editoras: Eliza Casadei  e Gabriela Almeida 

Abstract: *From the outset, the COVID-19 pandemic has been a public health and political issue, impacting population attitudes and behaviors. In Brazil, its politicization by former President Bolsonaro exacerbated this dynamic, influencing both information consumption and individual actions regarding the disease. This study analyzes the mediation of media exposure, highlighting the role of the country's main television news programs, Jornal Nacional and Jornal da Record, in shaping perceptions and behaviors towards COVID-19. The results indicate that part of the political influence on the pandemic was mediated by exposure to the newscasts, underscoring the need for a comprehensive understanding of the interactions between health, politics, and media.*

Keywords: COVID-19; politicization; TV news; mediation.

Introdução

A pandemia de covid-19 emergiu simultaneamente como problema de saúde pública e político (YAMEY; GONSALVES, 2020). Ainda em 2020, estudos demonstraram como discursos de líderes nacionais afetaram a percepção da doença (BAEKGAARD *et al.*, 2020; BOL *et al.*, 2020) e como a polarização política influenciou comportamentos frente ao vírus, como a recusa ao isolamento social e a resistência à vacinação (GOLLWITZER *et al.*, 2020; LEVIN *et al.*, 2022; TUNG; CHANG; LIN, 2022).

Essa dimensão política também se manifestou numa perspectiva comunicacional. O atual ambiente de polarização trouxe de volta um cenário de exposição seletiva dos meios de comunicação (IYENGAR; HAHN, 2009; STROUD, 2011; LEVENDUSKY, 2013). Não foi surpresa, portanto, que muitos veículos de imprensa tenham feito coberturas sobre a covid-19 alinhadas com as preferências políticas de seus públicos (ALLCOTT *et al.*, 2020; PEREIRA; NUNES, 2020; ROMER; JAMIESON, 2021; ARAÚJO; GUAZINA, 2024).

No Brasil, o ex-presidente Jair Bolsonaro minimizou a gravidade da pandemia, politizou o seu combate e estimulou o público a interpretar um problema de saúde pública através das lentes ideológicas (ABRUCIO *et al.*, 2020; BARBERIA; GÓMEZ, 2020; BURNI; STOCKEMER; HACKENESCH, 2023). Isso impactou tanto a busca por informações (PEREIRA; NUNES, 2020; ROSSINI; KALOGEROPOULOS, 2025) quanto os comportamentos, reduzindo a cooperação com medidas de mitigação (GRAMACHO; TURGEON, 2021; AJZENMAN; CAVALCANTI; DA MATA, 2023; GRAMACHO *et al.*, 2024).

Todos esses estudos destacam a dimensão política da covid-19, enfatizando como as atitudes e os comportamentos em relação à pandemia foram influenciados pelas posições das elites políticas. Já pesquisas como as de Araújo e Guazina (2024) concentram-se na cobertura da imprensa. Este artigo visa conectar essas duas dimensões ao analisar o papel relevante dos meios de comunicação junto à opinião pública durante essa crise de saúde pública. Argumentamos que parte dos efeitos de variáveis

políticas, como ideologia e preferência partidária, em relação à pandemia foram mediados pelos veículos de informação que as pessoas utilizavam. Ou seja, os meios de informação exerceram um efeito direto e indireto ao reforçar certas convicções políticas que, em seguida, levavam as pessoas a rejeitarem formas de combater a covid-19.

Teoricamente, o artigo discute dois modelos que ajudam a entender os efeitos de mediação política na saúde pública: o modelo de espirais de reforço (RSM, na sigla em inglês) (SLATER, 2007; 2015; SLATER; SHEHATA; STRÖMBÄCK, 2020) e o modelo de espirais ideológicas em saúde (IHSM, na sigla em inglês) (YOUNG; BLEAKLEY, 2020). O RSM mostra como a interação entre mídia e atitudes políticas molda identidades sociais, ideologias e comportamentos, afetando também o consumo midiático. Já o IHSM segue o modelo de espirais de reforço e explora a conexão entre comunicação política e saúde em contextos de crise, como uma pandemia. Ele conecta as ações do ex-presidente Bolsonaro para a politização da doença, que estimularam a população a associar suas lealdades político-afetivas ao processamento de informações sobre a crise de saúde pública.

O artigo analisa dados de um *survey* nacional com 2.771 usuários de internet no Brasil realizado entre setembro e novembro de 2020. Os resultados confirmam a influência da politização sobre atitudes e comportamentos relacionados à covid-19, mas vão além: através de equações estruturais e análise de mediação revelam que parte significativa dessa influência foi causada pela exposição aos dois principais telejornais do país — *Jornal Nacional* e *Jornal da Record*. Esses achados ampliam a compreensão da dinâmica entre saúde, política e mídia durante crises sanitárias, evidenciando o papel importante da mídia na formação de atitudes coletivas, tanto de forma direta quanto como mediadora.

O modelo de espirais de reforço

O RSM, elaborado por Slater (2007; 2015; SLATER; SHEHATA; STRÖMBÄCK, 2020), analisa como os meios de comunicação mantêm

e reforçam atitudes e comportamentos, integrando a teoria da identidade social (TAJFEL; TURNER, 1979) às discussões sobre exposição seletiva (HART *et al.*, 2013; 2019).

Para a teoria da identidade social, indivíduos se identificam com um grupo devido às vantagens psicológicas, emocionais e sociais de orientação, proteção e diferenciação social (TAJFEL; TURNER, 1979), valorizando o “endogrupo” em oposição ao “exogrupo” (FERNANDES; PEREIRA, 2018). Isso preserva uma identidade social positiva e afasta elementos ameaçadores das crenças grupais (HUDDY, 2001; 2013). A exposição seletiva é usada nesse processo. Como os meios de comunicação são a principal fonte de informação dos indivíduos e um fator importante no desenvolvimento e na manutenção de identidades sociais e políticas (STROUD, 2011; LEVENDUSKY, 2013), tal mecanismo nos permite consumir conteúdos e informações que estejam de acordo com as nossas crenças, mantendo e reforçando, psicologicamente, a coesão individual e de grupo (SLATER, 2007).

Slater (2007) destaca que as escolhas seletivas de conteúdo ajudam a tornar as atitudes mais acessíveis e a manter a identidade de grupo. As pessoas procuram nos meios de comunicação conteúdos e experiências que reflitam e validem suas identidades, preferências e valores. Essa busca contínua alimenta uma espiral persistente, em que a identificação social é fortalecida, levando a um ciclo de interação que solidifica tanto a identidade grupal quanto as atitudes individuais ao longo do tempo.

Inicialmente, estudos do RSM exploraram impactos na saúde pública. Slater *et al.* (2003) relacionaram exposição a conteúdo violento com comportamento agressivo. Bleakley *et al.* (2008) demonstraram que a exposição a conteúdo sexual aumenta as chances de envolvimento sexual precoce, de maior número de parceiros e de menos uso de contraceptivos. Slater e Hayes (2010) identificaram que a exposição a programas que normalizam o consumo de substâncias como tabaco, maconha e álcool predispõe ao seu uso.

Posteriormente, o RSM foi usado para entender questões políticas. Feldman *et al.* (2014) constataram relação entre o uso de mídias conservadoras e ceticismo sobre aquecimento global. Song e Boomgaarden (2017)

analisaram como redes interpessoais afetam a seletividade midiática. Hoewe *et al.* (2020) demonstraram menor apoio à entrada de refugiados entre conservadores consumidores da Fox News. Hutchens, Hmielowski e Beam (2019) observaram que discussões entre semelhantes geram sentimentos positivos, enquanto debates com opositores provocam emoções adversas, sugerindo conexão entre discussões políticas e espirais de polarização.

Espiraís de reforço e saúde pública

Gollust, Nagler e Fowler (2020) afirmaram que a pandemia foi tanto uma crise de saúde pública quanto político-comunicacional. Durante esse período, observou-se que mensagens conflitantes sobre o combate à covid-19 provenientes das elites políticas fizeram com que veículos de imprensa cobrissem a crise de saúde pública a partir de lentes partidárias (HART; CHINN; SOROKA, 2020; JAMIESON; ALBARRACÍN, 2020; MOTTA; STECUŁA; FARHART, 2020), levando as pessoas a adotarem diferentes crenças e ações de proteção contra a doença.

Essa situação representa o que Fowler e Gollust (2015) chamaram de politização da saúde: quando um ator político estende um tema de saúde para o âmbito político, levando o público a interpretar questões de saúde de uma perspectiva partidária. Estudos demonstram seus efeitos práticos. Kiviniemi *et al.* (2022), por exemplo, descobriram que democratas percebiam um maior risco em relação ao vírus e adotavam mais comportamentos preventivos do que os republicanos. Clinton *et al.* (2021), por sua vez, indicaram que considerações partidárias superavam preocupações com saúde pública, resultando em críticas ao isolamento social, especialmente entre os republicanos. Padrões partidários afetaram o uso de máscaras (HOWARD, 2022; YOUNG *et al.*, 2022) e o apoio a políticas de restrição de comércio e fronteiras (GADARIAN; GOODMAN; PEPINSKY, 2021).

Nesse contexto, Young e Bleakley (2020) aplicaram o RSM em um modelo de espirais ideológicas em saúde (IHSM) para interpretar comportamentos durante a pandemia. Com a politização da covid-19, as identidades políticas influenciaram as fontes de informação e moldaram a

forma como as pessoas interpretavam os dados, criando uma espiral em que essas identidades levavam à exposição seletiva — reforçando ainda mais essas mesmas identidades. Esse ciclo resultou em diferentes níveis de compreensão da doença, polarizou opiniões e dificultou a realização de ações coordenadas (ROOIJ; STECULA; PICKUP, 2022; YOUNG *et al.*, 2022).

Cohen (2015) mostrou que presidentes podem adotar uma retórica divisiva entre grupos para influenciar a opinião pública. Na esfera de saúde coletiva, isso seria o que Lasco e Curato (2019) chamaram de “populismo médico”: um estilo político que polariza, espetaculariza e simplifica questões complexas de saúde pública durante crises sanitárias. Em situações de pandemia, líderes e elites políticas podem maximizar as percepções de ameaças, o que levaria a um aumento dos efeitos da espiral de reforço.

Essas características são encontradas no contexto da pandemia de covid-19 no Brasil. Bolsonaro estimulou uma postura polarizadora entre “nós” e “eles”, desafiou a confiança em cientistas e especialistas (LASCO; CURATO, 2019; LASCO, 2020), disseminou teorias conspiratórias fazendo declarações falsas (CAPONI *et al.*, 2021), questionou as vacinas (LARSON *et al.*, 2018; DANIELS, 2021; SABAHELZAIN; HARTIGAN-GO; LARSON, 2021) e promoveu narrativas divisivas (RENNÓ; AVRITZER; DELGADO, 2021).

Para Pereira e Nunes (2020), a preferência por informações on-line explica como Bolsonaro conseguiu influenciar as opiniões dos seus apoiadores a favor de suas posições negacionistas. Outros estudos mostram que seu simpatizantes assistem ao *Jornal da Record* — alinhado ao bolsonarismo (PORTO; NEVES; LIMA, 2020) e aos evangélicos (NICOLAU, 2020) —, que cobriu a pandemia de forma favorável às posições do ex-presidente (ARAÚJO; GUAZINA, 2024). Isso resultou em um ciclo em que as escolhas reforçaram comportamentos e atitudes midiáticas, fortalecendo identidades e padrões de seleção de mídia (YOUNG *et al.*, 2022).

O IHSM ajuda a compreender este cenário complexo, no qual a pandemia ampliou a influência ideológico-partidária em questões de saúde pública (ROOZENBEEK *et al.*, 2020; STECULA; PICKUP, 2021; FALCONE *et al.*, 2022; FREEMAN *et al.*, 2022). Baseados nessas discussões, analisamos o impacto da exposição ao *Jornal Nacional* e ao

Jornal da Record sobre a adesão às medidas preventivas, priorização econômica versus sanitária e o apoio à gestão governamental durante a crise, investigando o efeito mediador da exposição midiática sobre identidades políticas e seus impactos comportamentais durante a pandemia.

Descrição dos dados

Os dados analisados provêm de uma pesquisa de opinião on-line, de abrangência nacional, realizada com 2.771 brasileiros usuários de internet¹ entre 23 de setembro e 2 de outubro de 2020².

Variáveis dependentes³

Medidas de combate à pandemia de covid-19. Os entrevistados avaliaram afirmações sobre a pandemia de covid-19 em escala de 1 (discordo muito) a 5 (concordo muito)⁴. Para resumir essas respostas em um único indicador, utilizamos análise fatorial policórica — técnica apropriada para variáveis com escalas ordinais, como as de concordância⁵. O fator extraído explicou 81% da variância entre os itens. A soma das respostas das frases resultou em um índice (M = 25,3; DP = 4,5; min. = 6; máx. = 30; $\alpha = 0,84$) que resume a concordância geral com medidas de prevenção.

- 1 A amostra seguiu cotas para idade, sexo, região e classe social, com base nos dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). A pesquisa foi conduzida pelo Instituto Brasileiro de Pesquisa e Análise de Dados (IBPAD), usando participantes do painel on-line da Netquest. A Netquest é a única empresa de pesquisa no Brasil com a certificação ISO 26362 para painéis on-line.
- 2 Os dados foram gentilmente cedidos pelo Centro de Pesquisa em Comunicação Política e Saúde Pública (CPS) da Universidade de Brasília (UnB), coordenado pelo Prof. Wladimir Gramacho, a quem somos imensamente gratos. A pesquisa foi financiada com recursos do Edital COPEI-DPI/DEX n.º 01/2020, da UnB e do IBPAD.
- 3 Tanto uma descrição pormenorizada dos dados quanto as estimativas completas dos modelos estatísticos estimados podem ser solicitadas ao primeiro autor do artigo pelo e-mail: <inserir>.
- 4 As frases incluídas foram: “me incomoda ir a lugares com muita gente” (M = 4,25; DP = 0,92), “evitar o transporte público diminui os infectados” (M = 4,16; DP = 0,91), “o fechamento das escolas foi uma medida acertada” (M = 4,39; DP = 0,93), “o fechamento do comércio foi uma medida acertada” (M = 3,91; DP = 1,15), “sem quarentena teria sido muito pior” (M = 4,36; DP = 0,99) e “tenho higienizado minhas mãos com mais frequência” (M = 4,40; DP = 0,82).
- 5 A análise fatorial é uma técnica estatística usada para reunir muitas variáveis relacionadas em um único fator, reduzindo o número de informações analisadas. No nosso caso, ela permitiu transformar seis frases sobre a pandemia em um único índice de atitudes preventivas.

Distanciamento social ou defesa da economia. Os participantes indicaram sua posição em uma escala de 1 (priorizar a vida com distanciamento) a 7 (priorizar a economia e evitar restrições) ($M = 3,4$; $DP = 2,18$).

Avaliação do governo no combate à pandemia. Avaliação do governo Bolsonaro no enfrentamento da covid-19, numa escala de 1 (péssimo) a 5 (ótimo) ($M = 2,72$; $DP = 1,47$).

Variáveis independentes

Exposição à mídia. Os participantes indicaram com que frequência buscavam informações sobre a pandemia no *Jornal Nacional* ($M = 3,17$; $DP = 1,51$) e no *Jornal da Record* ($M = 2,86$; $DP = 1,4$).

Preferência partidária. Questionou-se qual partido político os participantes preferiam. Apenas duas respostas foram superiores a 2%: PT (8,14%) e “partido do presidente Bolsonaro” (8,45%).

Nível de preocupação com a covid-19. Perguntou-se o nível de preocupação com a covid-19: nada preocupado(a) (4,2%), um pouco preocupado(a) (23,5%), bastante preocupado(a) (38,6%) e muito preocupado(a) (33,6%).

Nível de informação sobre a covid-19. Utilizou-se o formato da variável apresentada em Gramacho *et al.* (2021) e foi criado um índice de conhecimento com base em 15 perguntas de verdadeiro ou falso, como “Tomar cloroquina cura a covid-19” (falsa). A pontuação total (0 a 15) resultou em média de 10,9 ($DP = 2,3$; $\alpha = 0,63$).

Atenção política. Perguntou-se sobre o conhecimento de candidatos a prefeito nas eleições de 2020: 27,3% não conheciam nenhum; 15,5%, 1 candidato; 20,6%, 2 candidatos; e 36,6%, 3 ou mais.

Sociodemográficas. Foram incorporadas as seguintes variáveis: sexo, idade, escolaridade e religião.

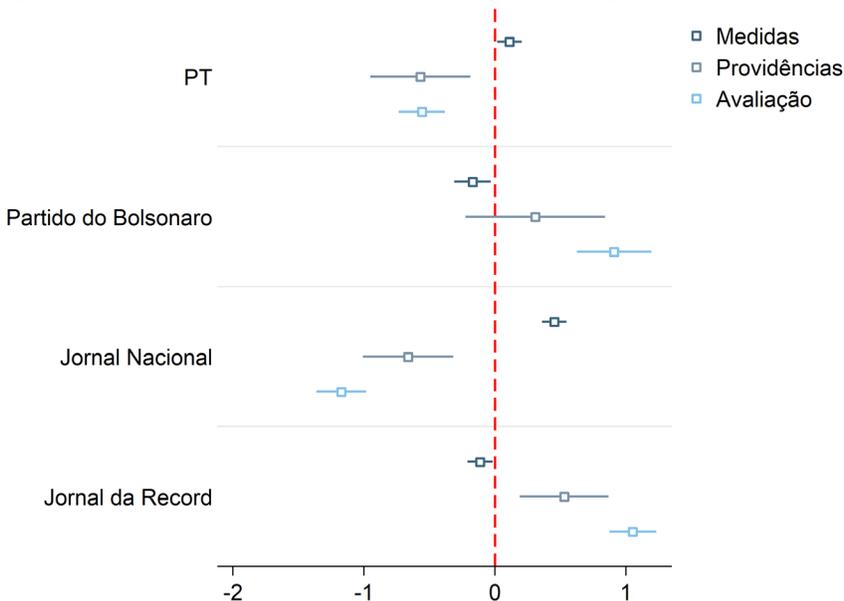
Análise dos dados

Para examinar o papel mediador do consumo de telejornais, adotamos uma abordagem de mediação em três etapas, conforme proposto por Baron e Kenny (1986) e Zhao, Lynch e Chen (2010). Esse método

permite decompor os efeitos totais em componentes diretos e indiretos, sendo particularmente adequado para investigar como as variáveis comunicacionais de exposição aos telejornais atuaram como mecanismos intermediários em processos de influência política.

Primeiro, precisávamos confirmar se as preferências políticas realmente afetavam como as pessoas encaravam a pandemia. Esse é o ponto de partida da análise, pois sem essa relação inicial não faria sentido procurar por um efeito de mediação. Para isso, estimamos modelos de corte transversal via regressão linear por mínimos quadrados, uma técnica mais robusta para identificar as correlações existentes entre as variáveis. Os gráficos na Figura 1 apresentam os resultados das estimativas para as variáveis preferências partidárias e os telejornais. Todas as variáveis foram normalizadas na faixa de 0 a 1 para permitir comparação direta entre os efeitos.

Os coeficientes estimados seguem a direção esperada em todos os Figura 1 – Efeitos das preferências partidárias e da exposição à mídia sobre o apoio a medidas, providências e avaliação no combate à pandemia



Fonte: CPS - UnB (2020).

modelos (exceto na variável “partido de Bolsonaro” no modelo sobre providências) e demonstram correlação estatística entre os indicadores de interesse. Os resultados confirmam pesquisas anteriores nas quais indivíduos de esquerda aderiram mais às medidas de mitigação da pandemia que os de direita (BARBIERI; BONINI, 2021) e conservadores (BROSOWSKY *et al.*, 2021; NEWMAN; SCHNEIDER; STONE, 2022). Petistas priorizavam a saúde pública e avaliavam criticamente a gestão governamental, enquanto bolsonaristas faziam o oposto. Telespectadores do *Jornal Nacional* apoiavam mais as medidas de combate à pandemia, priorizavam saúde sobre economia e avaliavam negativamente Bolsonaro, enquanto o público do *Jornal da Record* demonstrava postura contrária.

A segunda etapa testou a associação entre variáveis independentes e potenciais mediadores: os telejornais. Verificamos se as preferências políticas dos respondentes prediziam seus padrões de consumo midiático — um pressuposto central para a mediação, já que um mediador só transmite efeitos se for influenciado pela variável independente. Ou seja, para os telejornais funcionarem como mediadores, eles precisam ser influenciados por uma variável política. Não faria sentido afirmar que eles explicam atitudes e comportamentos se o público os assistisse independentemente de sua ideologia.

Para examinar os potenciais efeitos de mediação proporcionados pelo *Jornal Nacional* e *Jornal da Record* utilizamos o pacote *medsem* no Stata 14, desenvolvido por Mehmetoglu (2018) para a análise de equações estruturais e análise de mediação. Em sua rotina, o *medsem* utiliza tanto os critérios estabelecidos por Baron e Kenny (1986), seguindo as recomendações de Iacobucci, Saldanha e Deng (2007), quanto os métodos elaborados por Zhao, Lynch e Chen (2010) para testar efeitos indiretos com maior precisão.

Assim, demonstramos a relação entre variáveis causais (PT e partido de Bolsonaro) e variáveis mediadoras (*Jornal Nacional* e *Jornal da Record*). Esse vínculo foi evidenciado por <autor> usando a mesma base de dados deste artigo: petistas tendem a consumir mais o *Jornal*

Nacional, que oferecia uma cobertura crítica ao governo Bolsonaro, enquanto bolsonaristas preferem o *Jornal da Record*, que possuía uma linha editorial mais favorável ao então presidente. Em seguida, verificamos como as variáveis midiáticas afetavam os resultados das variáveis dependentes em cada modelo, o que pode, novamente, ser visto nos resultados da Figura 1.

Finalmente, na terceira etapa, investigamos se o consumo de telejornais mantinha associação significativa com atitudes frente à pandemia, mesmo controlando a influência direta das variáveis políticas. Essa é a etapa crucial para demonstrar que parte do efeito da variável independente sobre a dependente ocorre indiretamente, através do mediador. Queríamos verificar se, além da influência política direta, o consumo de telejornais ainda explicava as atitudes — ou seja, se parte do efeito das variáveis políticas “passava” pela mídia. Os resultados da análise de mediação são apresentados na Tabela 1. Como a preferência pelo partido de Bolsonaro não alcançou significância estatística no modelo sobre providências, não realizamos sua estimativa.

Os resultados dos modelos de mediação demonstram que os efeitos das preferências partidárias foram, sim, mediados pela exposição aos telejornais. Ou seja, parte dos efeitos das variáveis políticas foi causado pelas variáveis midiáticas, ou só ocorreram através delas. Os resultados também revelam que os principais telejornais brasileiros exerceram influência diferenciada na relação entre preferências políticas e atitudes durante a pandemia, com o *Jornal Nacional* atuando como mediador significativamente mais forte dos efeitos entre petistas do que o *Jornal da Record* entre os bolsonaristas.

Os percentuais de mediação variaram conforme a dimensão analisada. No caso da adesão às medidas sanitárias, 38% do efeito da preferência pelo PT foi mediado pela exposição ao *Jornal Nacional* — valor expressivo quando comparado aos 11% de mediação exercida pelo *Jornal da Record* entre bolsonaristas. Na avaliação do desempenho governamental, a mediação do *Jornal Nacional* foi de 24%, contra 18% do *Jornal da Record*.

Tabela 1 – Efeitos de mediação das variáveis midiáticas *Jornal Nacional* e *Jornal da Record* sobre as preferências partidárias

	Efeito indireto	% Efeito de mediação
<i>Medidas de combate à pandemia de covid-19</i>		
Jornal Nacional → PT	0,024***	38
	[0,012–0,037]	
Jornal da Record → Partido do Bolsonaro	-0,008**	11
	[-0,014 a -0,001]	
<i>Distanciamento social ou defesa da economia?</i>		
Jornal Nacional → PT	-0,012	15
	[-0,021 a -0,003]	
Jornal da Record → Partido do Bolsonaro	-	-
	-	
<i>Avaliação do governo no combate à pandemia</i>		
Jornal Nacional → PT	-0,033***	24
	[-0,049 a -0,016]	
Jornal da Record → Partido do Bolsonaro	0,036***	18
	[0,022–0,050]	
Notas: Mediador → Medida		
95%IC entre colchetes ** p < 0,05; *** p < 0,01.		

Fonte: CPS - UnB (2020).

Essa assimetria pode ser interpretada à luz de três fatores principais: o alinhamento mais consistente do *Jornal Nacional* com as recomendações científicas durante a pandemia; sua maior credibilidade percebida como fonte de informação em saúde pública, possivelmente impactada pelas distintas estratégias de enquadramento da crise; e seu alcance e sua penetração diferenciados junto ao público. A forte mediação do *Jornal Nacional* entre petistas é intrigante, pois contrasta com as conhecidas tensões históricas entre o PT e a Rede Globo, sugerindo que, em contextos de crise sanitária, necessidades informativas podem se sobrepor a alinhamentos ideológicos tradicionais.

Esses achados oferecem avanços significativos para a compreensão da relação entre mídia, política e saúde pública. Primeiro, confirmam o modelo de espirais de reforço, demonstrando como preferências políticas e consumo midiático se retroalimentam. Petistas que assistiam ao *Jornal Nacional* tinham suas atitudes pró-saúde reforçadas, o que, por sua vez, os mantinham fiéis ao telejornal — um ciclo de influência mútua. Segundo, revelam que a força da mediação varia conforme o tipo de atitude: é maior para comportamentos concretos (38% na adesão às medidas) do que para avaliações políticas (24%), sugerindo que a mídia influencia mais ações práticas, enquanto julgamentos políticos são mais afetados por lealdades partidárias. Terceiro, destacam como crises sanitárias alteram padrões midiáticos. Apesar de históricas tensões com a Globo, petistas recorreram ao *Jornal Nacional* como fonte confiável durante a pandemia, indicando que contextos de risco podem sobrepor necessidades informativas a alinhamentos ideológicos tradicionais.

Conclusão

Diversos estudos foram publicados sobre a dimensão política da pandemia de covid-19, principalmente a partir do posicionamento controverso de lideranças políticas. Este artigo buscou acrescentar uma perspectiva midiática a essa discussão. Os resultados apresentados indicam que parte do efeito das preferências partidárias sobre atitudes e opiniões dos brasileiros relacionados à pandemia de covid-19 foi moldada pela exposição aos telejornais. Isso mostra como o impacto de variáveis políticas sobre o comportamento das pessoas não está desconectado do seu ecossistema comunicacional.

Por fim, deve-se reconhecer as limitações do nosso artigo:

- os dados são de corte transversal, enquanto a maioria das pesquisas com o modelo de espirais de reforço usa painéis — mas há exceções (ZHAO, 2009);
- temos confiança na robustez dos resultados, mas existem outras técnicas e outros pacotes estatísticos para análises de mediação (IMAI; KEELE; TINGLEY, 2010);

- após a coleta de dados, o cenário pandêmico mudou, com aumento de óbitos; ajustes nas políticas de saúde baseados em novas evidências; avanços na vacinação contra o SARS-CoV-2 e suas variantes; e melhorias na comunicação de risco, o que limita a generalização dos resultados fora do contexto de 2020;
- a coleta on-line excluiu populações sem acesso à internet.

Apesar disso, acreditamos que o artigo contribui com a literatura sobre espirais de reforço e efeitos da mídia; para uma leitura crítica das interações entre política, mídia e saúde durante a pandemia de covid-19 no Brasil; e para uma compreensão mais ampla das complexas dinâmicas sociais, políticas e midiáticas em torno da pandemia.

Conflito de interesses: nada a declarar.

Fonte de financiamento: nenhuma.

Contribuições dos autores: Mundim P: curadoria de dados, análise formal, escrita – primeira redação, escrita – revisão e edição. Amaral, I.: conceituação, análise formal, escrita – primeira redação, visualização.

Disponibilidade dos dados da pesquisa: Os dados estarão disponíveis mediante solicitações.

Referências

- ABRUCIO, F. L.; GRIN, E. J.; FRANZESE, C.; SEGATTO, C. I.; COUTO, C. G. Combate à COVID-19 sob o federalismo bolsonarista: um caso de descoordenação intergovernamental. *Revista de Administração Pública*, v. 54, n. 4, p. 663-677, 2020. <https://doi.org/10.1590/0034-761220200354>
- AJZENMAN, N.; CAVALCANTI, T.; DA MATA, D. More than words: leaders' speech and risky behavior during a pandemic. *American Economic Journal: Economic Policy*, v. 15, n. 3, p. 351-371, ago. 2023. <https://doi.org/10.1257/pol.20210284>
- ALLCOTT, H.; BOXELL, L.; CONWAY, J.; GENTZKOW, M.; THALER, M.; YANG, D. Polarization and Public Health: Partisan Differences in Social Distancing during the Coronavirus Pandemic. *Journal of Public Economics*, v. 191, p. 104254, nov. 2020. <https://doi.org/10.1016/j.jpubeco.2020.104254>
- ARAÚJO, B.; GUAZINA, L. Jair Bolsonaro's populist communication on Brazilian television: an analysis of television newscasts on Globo and Record during the COVID-19 Pandemic. *International Journal of Communication*, v. 18, p. 1830-1850, 2024.

- BAEKGAARD, M.; CHRISTENSEN, J.; MADSEN, J. K.; MIKKELSEN, K. S. Rallying around the flag in times of COVID-19: Societal lockdown and trust in democratic institutions. *Journal of Behavioral Public Administration*, v. 3, n. 2, p. 1-12, 2020. <https://doi.org/10.30636/jbpa.32.172>
- BARBERIA, L. G.; GÓMEZ, E. J. Political and institutional perils of Brazil's COVID-19 crisis. *The Lancet*, v. 396, n. 10248, p. 367-368, 2020. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(20\)31681-0](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(20)31681-0)
- BARBIERI, P. N.; BONINI, B. Political orientation and adherence to social distancing during the COVID-19 pandemic in Italy. *Economia Politica*, v. 38, n. 2, p. 483-504, jul. 2021. <https://doi.org/10.1007/s40888-021-00224-w>
- BARON, R. M.; KENNY, D. A. The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, v. 51, n. 6, p. 1173-1182, 1986. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.51.6.1173>
- BLEAKLEY, A.; HENNESSY, M.; FISHBEIN, M.; JORDAN, A. It works both ways: the relationship between exposure to sexual content in the media and adolescent sexual behavior. *Media Psychology*, v. 11, n. 4, p. 443-461, 23 dez. 2008. <https://doi.org/10.1080/15213260802491986>
- BOL, D.; GIANI, M.; BLAIS, A.; LOEWEN, P. J. The effect of COVID-19 lockdowns on political support: Some good news for democracy? *European Journal of Political Research*, v. 60, n. 2, p. 497-505, 2020. <https://doi.org/10.1111/1475-6765.12401>
- BROSOWSKY, N. P.; VAN TILBURG, W.; SCHOLER, A. A.; BOYLAN, J.; SELI, P.; DANCKERT, J. Boredom proneness, political orientation and adherence to social-distancing in the pandemic. *Motivation and Emotion*, v. 45, n. 5, p. 631-640, out. 2021. <https://doi.org/10.1007/s11031-021-09888-0>
- BURNI, A.; STOCKEMER, D.; HACKENESCH, C. Contagious politics and COVID-19: does the infectious disease hit populist supporters harder? *Contemporary Politics*, v. 29, n. 4, p. 466-491, ago. 2023. <https://doi.org/10.1080/13569775.2023.2175488>
- CAPONI, S.; BRZOZOWSKI, F. S.; HELLMANN, F.; BITTENCOURT, S. C. O uso político da cloroquina: COVID-19, negacionismo e neoliberalismo. *Revista Brasileira de Sociologia*, v. 9, n. 21, p. 78-102, jan. 2021. <https://doi.org/10.20336/rbs.774>
- CENTRO DE PESQUISA EM COMUNICAÇÃO POLÍTICA E SAÚDE PÚBLICA (CPS). *Pesquisa Informação e Pandemia de COVID-19*. Brasília: Universidade de Brasília; Instituto Brasileiro de Pesquisa e Análise de Dados, 2020.
- CLINTON, J.; COHEN, J.; LAPINSKI, J.; TRUSSLER, M. Partisan pandemic: how partisanship and public health concerns affect individuals' social mobility during COVID-19. *Science Advances*, v. 7, n. 2, eabd7204, 2021. <https://doi.org/10.1126/sciadv.abd7204>
- COHEN, J. E. Presidential leadership of public opinion: an embedded survey experiment. *Political Communication*, v. 32, n. 3, p. 345-355, jul. 2015. <https://doi.org/10.1080/010584609.2014.944321>
- DANIELS, J. P. Health experts slam Bolsonaro's vaccine comments. *The Lancet*, v. 397, n. 10272, p. 361, jan. 2021. [https://doi.org/10.1016/s0140-6736\(21\)00181-1](https://doi.org/10.1016/s0140-6736(21)00181-1)

- FALCONE, R.; ANSANI, A.; COLÌ, E.; MARINI, M.; SAPIENZA, A.; CASTELFRANCHI, C.; PAGLIERI, F. Trusting COVID-19 vaccines as individual and social goal. *Scientific Reports*, v. 12, n. 1, p. 9470, jun. 2022. <https://doi.org/10.1038/s41598-022-13675-3>
- FELDMAN, L.; MYERS, T. A.; HMIELOWSKI, J. D.; LEISEROWITZ, A. The mutual reinforcement of media selectivity and effects: testing the reinforcing spirals framework in the context of global warming. *Journal of Communication*, v. 64, n. 4, p. 590-611, 2014. <https://doi.org/10.1111/jcom.12108>
- FERNANDES, S. C. S.; PEREIRA, M. E. Endogrupo versus Exogrupo: o papel da identidade social nas relações intergrupais. *Estudos e Pesquisas em Psicologia*, v. 18, n. 1, p. 30-49, dez. 2018.
- FOWLER, E. F.; GOLLUST, S. E. The content and effect of politicized health controversies. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, v. 658, n. 1, p. 155-171, 2015. <https://doi.org/10.1177/0002716214555505>
- FREEMAN, D.; WAITE, F.; ROSEBROCK, L.; PETIT, A.; CAUSIER, C.; EAST, A.; JENNER, L.; TEALE, A. L.; CARR, L.; MULHALL, S.; BOLD, E.; LAMBE, S. Coronavirus conspiracy beliefs, mistrust, and compliance with government guidelines in England. *Psychological Medicine*, v. 52, n. 2, p. 251-263, jan. 2022. <https://doi.org/10.1017/s0033291720001890>
- GADARIAN, S. K.; GOODMAN, S. W.; PEPINSKY, T. B. Partisanship, health behavior, and policy attitudes in the early stages of the COVID-19 pandemic. *PLoS One*, v. 16, n. 4, e0249596, abr. 2021. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0249596>
- GOLLUST, S. E.; NAGLER, R. H.; FOWLER, E. F. The emergence of COVID-19 in the US: a public health and political communication crisis. *Journal of Health Politics, Policy and Law*, v. 45, n. 6, p. 967-981, 2020. <https://doi.org/10.1215/03616878-8641506>
- GOLLWITZER, A.; MARTEL, C.; BRADY, W. J.; PÄRNAMETS, P.; FREEDMAN, I. G.; KNOWLES, E. D.; VAN BAVEL, J. J. Partisan differences in physical distancing are linked to health outcomes during the COVID-19 pandemic. *Nature Human Behaviour*, v. 4, n. 11, p. 1186-1197, 2020. <https://doi.org/10.1038/s41562-020-00977-7>
- GRAMACHO, W.; TURGEON, M. When politics collides with public health: COVID-19 vaccine country of origin and vaccination acceptance in Brazil. *Vaccine*, v. 39, n. 19, p. 2608-2612, 2021. <https://doi.org/10.1016/j.vaccine.2021.03.080>
- GRAMACHO, W.; TURGEON, M.; KENNEDY, J.; STABILE, M.; MUNDIM, P. S. Political preferences, knowledge, and misinformation about COVID-19: the case of Brazil. *Frontiers in Political Science*, v. 3, 646430, 2021. <https://doi.org/10.3389/fpos.2021.646430>
- GRAMACHO, W.; TURGEON, M.; MUNDIM, P. S.; PEREIRA, I. Why did Brazil fail to vaccinate children against COVID-19 during the pandemic? An assessment of attitudinal and behavioral determinants. *Vaccine*, v. 42, n. 2, p. 315-321, jan. 2024. <https://doi.org/10.1016/j.vaccine.2023.11.064>
- HART, P. S.; CHINN, S.; SOROKA, S. Politicization and polarization in COVID-19 news coverage. *Science Communication*, v. 42, n. 5, p. 679-697, 2020. <https://doi.org/10.1177/1075547020950735>

- HART, W. B.; ALBARRACÍN, D.; EAGLY, A. H.; BRECHAN, I.; LINDBERG, M. J.; MERRILL, L. Feeling validated versus being correct: a meta-analysis of selective exposure to information. *Psychological Bulletin*, v. 135, n. 4, p. 555-588, 2013. <https://doi.org/10.1037/a0015701>
- HART, W. B.; RICHARDSON, K.; TORTORIELLO, G. K.; EARL, A. 'You are what you read.' Is selective exposure a way people tell us who they are? *British Journal of Psychology*, v. 111, n. 3, p. 417-442, 2019. <https://doi.org/10.1111/bjop.12414>
- HOEWE, J.; PEACOCK, C.; KIM, B.; BARNIDGE, M. The relationship between fox news use and Americans' policy preferences regarding refugees and immigrants. *International Journal of Communication*, v. 14, p. 2036-2056, 2020.
- HOWARD, M. C. Are face masks a partisan issue during the COVID-19 pandemic? Differentiating political ideology and political party affiliation. *International Journal of Psychology*, v. 57, n. 1, p. 3-160, 2022. <https://doi.org/10.1002/ijop.12809>
- HUDDY, L. From social to political identity: a critical examination of social identity theory. *Political Psychology*, v. 22, n. 1, p. 127-156, mar. 2001. <https://doi.org/10.1111/0162-895X.00230>
- HUDDY, L. From group identity to political cohesion and commitment. In: HUDDY, L.; SEARS, D. O.; LEVY, J. S. (org.). *Oxford Handbook of Political Psychology*. Nova York: Oxford University Press, 2013. p. 737-773.
- HUTCHENS, M. J.; HMIELOWSKI, J. D.; BEAM, M. A. Reinforcing spirals of political discussion and affective polarization. *Communication Monographs*, v. 86, n. 3, p. 357-376, 2019. <https://doi.org/10.1080/03637751.2019.1575255>
- IACOBUCCI, D.; SALDANHA, N.; DENG, X. A meditation on mediation: evidence that structural equations models perform better than regressions. *Journal of Consumer Psychology*, v. 17, n. 2, p. 139-153, abr. 2007. [https://doi.org/10.1016/S1057-7408\(07\)70020-7](https://doi.org/10.1016/S1057-7408(07)70020-7)
- IMAI, K.; KEELE, L.; TINGLEY, D. A general approach to causal mediation analysis. *Psychological Methods*, v. 15, n. 4, p. 309-334, 2010. <https://doi.org/10.1037/a0020761>
- IYENGAR, S.; HAHN, K. S. Red media, blue media: evidence of ideology selectivity in media use. *Journal of Communication*, v. 59, n. 1, p. 19-39, 2009. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.01402.x>
- JAMIESON, K. H.; ALBARRACÍN, D. The relation between media consumption and misinformation at the outset of the SARS-CoV-2 pandemic in the US. *The Harvard Kennedy School Misinformation Review*, v. 1, n. 3, p. 1-22, 2020. <https://doi.org/10.37016/mr-2020-012>
- KIVINIEMI, M. T.; OROM, H.; HAY, J. L.; WATERS, E. A. Prevention is political: political party affiliation predicts perceived risk and prevention behaviors for COVID-19. *BMC Public Health*, v. 22, n. 1, p. 298, 2022. <https://doi.org/10.1186/s12889-022-12649-4>
- LARSON, H. J.; CLARKE, R. M.; JARRETT, C.; ECKERSBERGER, E.; LEVINE, Z.; SCHULZ, W. S.; PATERSON, P. Measuring trust in vaccination: a systematic review. *Human Vaccines & Immunotherapeutics*, v. 14, n. 7, p. 1599-1609, jul. 2018. <https://doi.org/10.1080/21645515.2018.1459252>

- LASCO, G. Medical populism and the COVID-19 pandemic. *Global Public Health*, v. 15, n. 10, p. 1417-1429, 2020. <https://doi.org/10.1080/17441692.2020.1807581>
- LASCO, G.; CURATO, N. Medical populism. *Social Science & Medicine*, v. 221, p. 1-8, jan. 2019. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2018.12.006>
- LEVENDUSKY, M. *How partisan media polarize America*. Chicago: University of Chicago Press, 2013.
- LEVIN, J. M.; BUKOWSKI, L. A.; MINSON, J. A.; KAHN, J. M. The political polarization of COVID-19 treatments among physicians and laypeople in the United States. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, v. 120, n. 7, 2216179120, 2022. <https://doi.org/10.1073/pnas.2216179120>
- MEHMETOGLU, M. Medsem: a stata package for statistical mediation. *Journal of Computational Economics and Econometrics*, v. 18, n. 1, p. 63-78, 2018. <https://doi.org/10.1504/IJCEE.2018.10007883>
- MOTTA, M.; STECUŁA, D. A.; FARHART, C. How right-leaning media coverage of COVID-19 facilitated the Spread of misinformation in the early stages of the pandemic in the U.S. *Canadian Journal of Political Science*, v. 53, n. 2, p. 335-342, 2020. <https://doi.org/10.1017/S0008423920000396>
- NEWMAN, D. B.; SCHNEIDER, S.; STONE, A. A. Contrasting effects of finding meaning and searching for meaning, and political orientation and religiosity, on feelings and behaviors during the COVID-19 pandemic. *Personality and Social Psychology Bulletin*, v. 48, n. 6, p. 923-936, jun. 2022. <https://doi.org/10.1177/01461672211030383>
- NICOLAU, J. *O Brasil dobrou à direita: Uma radiografia da eleição e Bolsonaro em 2018*. São Paulo: Zahar, 2020.
- PEREIRA, F. B.; NUNES, F. Media choice and the polarization of public opinion about Covid-19 in Brazil. *Revista Latinoamericana de Opinión Pública*, v. 10, n. 2, p. 1-19, 2020. <https://doi.org/10.14201/rlop.23681>
- PORTO, M.; NEVES, D.; LIMA, B. Crise hegemônica, ascensão da extrema direita e paralelismo político Globo e Record nas eleições presidenciais de 2018. *Compólitica*, v. 10, n. 1, p. 5-34, 2020. <https://doi.org/10.21878/compolitica.2020.10.1.367>
- RENNÓ, L.; AVRITZER, L.; DELGADO, P. Entrenching right-wing populism under covid-19: denialism, social mobility, and government evaluation in Brazil. *Revista Brasileira de Ciência Política*, n. 36, p. 1-29, 2021. <https://doi.org/10.1590/0103-3352.2021.36.247120>
- ROMER, D.; JAMIESON, K. H. Conspiratorial thinking, selective exposure to conservative media, and response to COVID-19 in the US. *Social Science & Medicine*, v. 291, p. 114480, dez. 2021. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2021.114480>
- ROOIJ, E. A. de; STECUŁA, D. A.; PICKUP, M. A. Populist media diets. *Social Science Quarterly*, v. 103, n. 4, p. 975-991, 2022. <https://doi.org/10.1111/ssqu.13178>
- ROOZENBEEK, J.; SCHNEIDER, C. R.; DRYHURST, S.; KERR, J.; FREEMAN, A. L. J.; RECCHIA, G.; VAN DER BLES, A. M.; VAN DER LINDEN, S. Susceptibility to misinformation about COVID-19 around the world. *Royal Society Open Science*, v. 7, n. 10, p. 201199, out. 2020. <https://doi.org/10.1098/rsos.201199>

- ROSSINI, P.; KALOGEROPOULOS, A. Don't talk to strangers? The role of network composition, WhatsApp Groups, and partisanship in explaining beliefs in misinformation about COVID-19 in Brazil. *Journal of Information Technology & Politics*, v. 22, n. 1, p. 113-130, 2025. <https://doi.org/10.1080/19331681.2023.2234902>
- SABAHELZAIN, M. M.; HARTIGAN-GO, K.; LARSON, H. J. The politics of Covid-19 vaccine confidence. *Current Opinion in Immunology*, v. 71, p. 92-96, ago. 2021. <https://doi.org/10.1016/j.coi.2021.06.007>
- SLATER, M. D. Reinforcing spirals: the mutual influence of media selectivity and media effects and their impact on individual behavior and social identity. *Communication Theory*, v. 17, n. 3, p. 281-303, 2007. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2007.00296.x>
- SLATER, M. D. Reinforcing spirals model: conceptualizing the relationship between media content exposure and the development and maintenance of attitudes. *Media Psychology*, v. 18, n. 3, p. 370-395, jul. 2015. <https://doi.org/10.1080/15213269.2014.897236>
- SLATER, M. D.; HAYES, A. F. The influence of youth music television viewership on changes in cigarette use and association with smoking peers: a social identity, reinforcing spirals perspective. *Communication Research*, v. 37, n. 6, p. 751-773, 2010. <https://doi.org/10.1177/0093650210375953>
- SLATER, M. D.; HENRY, K. L.; SWAIM, R. C.; ANDERSON, L. L. Violent media content and aggressiveness in adolescents: a downward spiral model. *Communication Research*, v. 30, n. 6, p. 713-736, 2003. <https://doi.org/10.1177/0093650203258281>
- SLATER, M. D.; SHEHATA, A.; STRÖMBÄCK, J. Reinforcing spirals model. In: BULCK, J. (org.). *The International Encyclopedia of Media Psychology*. [s.l.]: Wiley, 2020. p. 1-11.
- SONG, H.; BOOMGAARDEN, H. G. Dynamic spirals put to test: an agent-based model of reinforcing spirals between selective exposure, interpersonal networks, and attitude polarization. *Journal of Communication*, v. 67, n. 2, p. 256-281, 2017. <https://doi.org/10.1111/jcom.12288>
- STECULA, D. A.; PICKUP, M. How populism and conservative media fuel conspiracy beliefs about COVID-19 and what it means for COVID-19 behaviors. *Research & Politics*, v. 8, n. 1, p. 205316802199397, jan. 2021. <https://doi.org/10.1177/2053168021993979>
- STROUD, N. J. *Niche news: the politics of news choice*. Oxford: Oxford University Press, 2011.
- TAJFEL, H.; TURNER, J. An integrative theory of intergroup conflict. In: AUSTIN, W. G.; WORCHEL, S. (org.). *The social psychology of intergroup relations*. Monterey: Brooks Cole, 1979. p. 33-47.
- TUNG, H. H.; CHANG, T.-J.; LIN, M.-J. Political ideology predicts preventative behaviors and infections amid COVID-19 in democracies. *Social Science & Medicine*, v. 308, p. 115199, set. 2022. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2022.115199>
- YAMEY, G.; GONSALVES, G. Donald Trump: a political determinant of Covid-19. *BMJ*, v. 369, m1643, 2020. <https://doi.org/10.1136/bmj.m1643>
- YOUNG, D. G.; BLEAKLEY, A. Ideological health spirals: an integrated political and health communication approach to COVID interventions. *International Journal of Communication*, v. 14, p. 3508-3524, 2020.

ARTIGO

YOUNG, D. G.; RASHEED, H.; BLEAKLEY, A.; LANGBAUM, J. B. The politics of mask-wearing: political preferences, reactance, and conflict aversion during COVID. *Social Science & Medicine*, v. 298, p. 114836, abr. 2022. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2022.114836>

ZHAO, X. Media use and global warming perceptions: a snapshot of the reinforcing spirals. *Communication Research*, v. 36, n. 5, p. 698-723, out. 2009. <https://doi.org/10.1177/0093650209338911>

ZHAO, X.; LYNCH, J. G.; CHEN, Q. Reconsidering Baron and Kenny: myths and truths about mediation analysis. *Journal of Consumer Research*, v. 37, n. 2, p. 197-206, ago. 2010. <https://doi.org/10.1086/651257>

Sobre os autores

Pedro Mundim: Professor associado de Ciência Política na Faculdade de Ciências Sociais da Universidade Federal de Goiás (UFG). Doutor em Ciência Política pelo Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro (atual Instituto de Estudos Sociais e Políticos da Universidade do Estado do Rio de Janeiro) e mestre em Comunicação Social pela Universidade Federal de Minas Gerais. Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Ciência Política da UFG entre 2016 e 2020. No período de 2014 a 2015, ocupou os cargos de assessor especial do gabinete e diretor da assessoria de pesquisa de opinião pública da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República. E-mail: psmundim@ufg.br.

Isabella Amaral: Mestre em Ciência Política pela Universidade Federal de Goiás (UFG). Foi bolsista e membro do Grupo de Avaliação em Políticas Públicas em uma parceria entre Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Goiás e Controladoria-Geral do Estado de Goiás. Foi membro do Grupo de Pesquisa sobre Comportamento Político e Qualidade da Democracia na UFG. Atualmente ocupa o cargo de assistente de pesquisa no Projeto de Avaliação Sistemática e Multicêntrica do Programa Dinheiro Direto na Escola, ligado ao Ministério da Educação. E-mail: amaralisabella02@gmail.com.

Recebido: 09/04/2024

Aceito: 06/05/2024