



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM JORNALISMO

Ricardo Alves Chaves Pereira

**A constituição da imagem pública de Lula pelos editoriais do jornal *O Estado de S.Paulo*
nas eleições de 2022**

Florianópolis

2025

Ricardo Alves Chaves Pereira

**A constituição da imagem pública de Lula pelos editoriais do jornal *O Estado de S.Paulo*
nas eleições de 2022**

Dissertação submetida ao Programa de Pós-graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina para a obtenção do título de Mestre em Jornalismo.

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Maria Terezinha da Silva.

Florianópolis

2025

Pereira, Ricardo Alves Chaves

A constituição da imagem pública de Lula pelos editoriais do jornal O Estado de S. Paulo nas eleições de 2022 / Ricardo Alves Chaves Pereira ; orientadora, Maria Terezinha da Silva, 2025.

171 p.

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Comunicação e Expressão, Programa de Pós-Graduação em Jornalismo, Florianópolis, 2025.

Inclui referências.

1. Jornalismo. 2. Jornalismo e eleições. 3. editoriais. 4. imagem pública. 5. desinformação. I. Silva, Maria Terezinha da . II. Universidade Federal de Santa Catarina. Programa de Pós-Graduação em Jornalismo. III. Título.

Ricardo Alves Chaves Pereira

**A constituição da imagem pública de Lula pelos editoriais do jornal *O Estado de S.Paulo*
nas eleições de 2022**

O presente trabalho em nível de mestrado foi avaliado e aprovado em 1º de agosto de 2025 pela banca examinadora composta pelos seguintes membros:

Prof. Hendryo Anderson André, Dr.
Universidade Estadual de Ponta Grossa

Prof. Carlos Augusto Locatelli, Dr.
Universidade Federal de Santa Catarina

Certificamos que esta é a versão original e final do trabalho de conclusão que foi julgado adequado para obtenção do título de Mestre em Jornalismo.

Insira neste espaço a
assinatura digital

Coordenação do Programa de Pós-Graduação

Insira neste espaço a
assinatura digital

Profa. Maria Terezinha da Silva, Dra.
Orientadora

Florianópolis, 2025

À Natália.

AGRADECIMENTOS

De todas as páginas escritas, essa é de longe a mais divertida e emotiva, pois é o momento que nos lembramos das pessoas que nos ajudaram durante o percurso.

Primeiramente, gostaria de agradecer a meus pais: Marcelo e Linda. Sem o apoio de vocês não seria possível a mudança para Florianópolis e, como consequência, nada disso existiria. À minha irmã, Natália, por todas as mensagens perguntando “mano, quando você vem?”. Responder um “não sei” para essa pergunta sempre foi complicado, principalmente em datas comemorativas, como o seu aniversário, mas a saudade motivou ainda mais a escrita. À minha avó, Darci, pela festa que fazia após se deparar comigo na porta de sua casa. Sempre com a mesa cheia e, depois da farta refeição, havia sempre um pacote gigante de bolachas de natal para a viagem de volta, porque “é para você fazer um lanchinho, meu filho”.

Ao meu irmão de consideração, Matheus Valim. É difícil ver raramente alguém que eu via toda semana. Mas apesar disso, sei que o carinho e o amor serão sempre os mesmos. Saudades de tocar violão com você, de percorrer a madrugada toda conversando e bebendo cerveja, e de saber que independentemente de onde você estiver, sempre serei bem recebido. Te amo, meu irmão.

A meu outro irmão, Sebastião Junior. Ter você como amigo é saber que serei brindado com referências aleatórias sobre o urbanismo de Baltimore, ou com um convite inusitado para uma galinhada em um domingo ordinário. Obrigado pelas conversas regadas à cerveja e boa música, pelos conselhos e por me acolher em uma cidade nova em um período de extrema incerteza. Amo você também.

Kali, você me fez descobrir um lado meu que nem eu mesmo conhecia. Agradeço por me apresentar uma personalidade sua que tenho certeza de que poucas pessoas conhecem. Às jantares, aos “almôços” e a todo o tempo que tive o privilégio de passar contigo. Obrigado por se propor a ler e revisar minha pesquisa, sempre com uma sinceridade ímpar que lhe acompanha em todas as horas do dia. Existem muitas coisas pelas quais eu poderia lhe agradecer, mas você sabe de cada uma delas.

Ao Dairan, parceiro para beber um litrão no Desembarga ou até mesmo para enfrentar uma roda *punk* no show do Dead Fish. Você é um dos caras mais autênticos que eu tive o prazer de conhecer, obrigado por tudo. Aos demais amigos e amigas, que do seu jeito, têm papel fundamental na escrita dessa dissertação: Renatha, Maria Clara, Rapha, Nick, Lynara, Ben Hur, Mário, João e Léo.

À minha orientadora, Terezinha Silva, que não mediu esforços para essa dissertação ser entregue no prazo – mesmo que muitas vezes eu não tenha merecido. Obrigado pelos cafés, pelas orientações e por me acalmar em momentos que nem eu acreditava mais que seria possível.

A todos os professores que passaram pela minha trajetória – Rogério Christofolletti, Jacques Mick, Samuel Pantoja e Ernesto Seidl –, em especial Carlos Locatelli, que permitiu que eu trabalhasse em sua sala mesmo sem ser seu orientando. Obrigado por aceitar o convite para avaliar minha dissertação, e por me aceitar como seu doutorando. Estendo o agradecimento para a professora Rafiza Varão pela leitura atenta na qualificação e ao professor Hendryo André, por ter aceitado o convite de última hora para a defesa.

Agradeço ao mestre Marcio Branco e aos irmãos e irmãs da Carlson Gracie Jiu-Jitsu. As noites de segunda, quarta e sexta passaram a ser terapêuticas. Colocar o quimono e entrar no tatame me proporciona o privilégio de não pensar em nada durante duas horas, e em um período de pressão como este, esse esvaziamento mental é ouro.

Agradeço à cidade de Florianópolis, por me receber e por se tornar minha nova casa.

Agradeço à Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação do Estado de Santa Catarina (Fapesc) pela bolsa de mestrado.

A partir de agora, se me prenderem, viro herói. Se me matarem, viro mártir. Se me deixarem solto, viro presidente de novo (Luiz Inácio Lula da Silva, 2016).

RESUMO

O objetivo dessa pesquisa é analisar a imagem pública do candidato Luiz Inácio Lula da Silva, constituída pelos editoriais do jornal *O Estado de S. Paulo* durante as eleições presidenciais de 2022. Como objetivos específicos, procura-se identificar e discutir possíveis tensões entre opinião e desinformação nos editoriais, verificando se e em que medida a imagem pública de Lula é constituída também por elementos de desinformação. Parte-se de uma fundamentação teórica que articula discussões sobre esfera pública, formação da opinião e imagem pública de atores políticos e o papel do jornalismo na consolidação dessas representações na opinião pública sobre opinião, informação e a verdade no jornalismo em um ecossistema comunicacional permeado por desinformação. Para situar e entender as contribuições que esta dissertação traz para os estudos de jornalismo, faz-se um estado da arte que abrange 10 anos (2013 – 2023) da pesquisa sobre editoriais jornalísticos. As relações de Lula com o jornalismo e principalmente com *O Estado de S. Paulo* também são discutidas. A partir do referencial teórico apresentado, foi construído um modelo analítico constituído por seis categorias: 1) Temas; 2) Atores relacionados; 3) Ocorrências passadas; 4) Recomendações sobre o que Lula deve fazer; 5) Adjetivos e outras expressões que qualificam Lula; e 6) Aspectos de desinformação. Uma análise de conteúdo qualitativa foi aplicada ao corpus constituído por 58 editoriais coletados de 16 de agosto de 2022 a 31 de outubro de 2022. A análise revela uma imagem pública negativa de Lula, em que o político é associado a temas negativos, como a controversa entre defender a democracia e se relacionar com líderes considerados autoritários pelo *Estadão*. Os atores aos quais Lula é relacionado são retratados de forma negativa, a exemplo de Jair Bolsonaro, Dilma Rousseff e Daniel Ortega. Quando mobiliza o passado, o jornal rememora a relação de Lula com ditadores e os erros cometidos pelo Partido dos Trabalhadores, como os casos de corrupção. Esses erros voltam quando o *Estadão* dá recomendações a Lula, entre as quais desculpar-se com os brasileiros e apresentar propostas de governo para que os erros não se repitam. Adjetivos e outras formas de caracterizar Lula também possuem caráter negativo e/ou irônico. Foram encontrados elementos de desinformação nos editoriais, como quando o jornal contesta a inocência de Lula e quando diz que o PT não lutou pelo *impeachment* de Bolsonaro. O periódico também usa meias-verdades ou informações que são de difícil checagem, como quando dá a entender que os planos de regulação da mídia propostos por Lula seriam, na verdade, formas de censurar os meios de comunicação. A análise conclui que *O Estado de S. Paulo* constituiu uma imagem negativa de Lula, usando, para isso, inclusive, elementos de desinformação.

Palavras-chave: Jornalismo e eleições; editoriais; imagem pública; desinformação; Jornal *O Estado de S. Paulo*.

ABSTRACT

The aim of this research is to analyze the public image of candidate Luiz Inácio Lula da Silva as constructed by the editorials of the newspaper *O Estado de S. Paulo* during the 2022 presidential elections. As specific objectives, the study seeks to identify and discuss possible tensions between opinion and disinformation in the editorials, examining to what extent Lula's public image is also shaped by disinformative elements. To achieve these objectives, the research begins with a theoretical foundation on opinion, information, and truth in journalism within a communication ecosystem permeated by disinformation. It also discusses the different formations of public opinion and the construction of the public image of political actors, as well as the role of journalism in consolidating these representations in public opinion. To contextualize and understand the contributions this dissertation makes to journalism studies, a state-of-the-art review is conducted covering 10 years (2013–2023) of research on journalistic editorials. Lula's relationship with journalism—and especially with *O Estado de S. Paulo*—is also discussed. Based on the theoretical framework presented, an analytical model was developed grounded in the qualitative tradition of Content Analysis (CA). This analytical structure was applied to 58 editorials collected from August 16th, 2022, to October 31st, 2022. After reading the texts, six categories were created: (1) Themes; (2) Related actors; (3) Past occurrences; (4) Recommendations regarding what Lula should do; (5) Adjectives and other expressions that qualify Lula; and (6) Disinformation aspects. The analysis reveals a negative public image of Lula, in which the politician is associated with negative themes, such as the contradiction between defending democracy while maintaining relations with leaders whom *Estadão* considers authoritarian. All the actors to whom Lula is linked carry negative connotations—for example, Jair Bolsonaro, Dilma Rousseff, and Daniel Ortega. When referencing the past, the newspaper recalls Lula's relationships with dictators and the errors committed by the Workers' Party, such as corruption scandals. These missteps reappear when *Estadão* offers recommendations to Lula, suggesting that he should apologize to Brazilians and present government proposals to prevent such mistakes from recurring. As an editorial genre, *O Estado de S. Paulo* employs a range of rhetorical strategies to characterize Lula, all of which carry negative and/or ironic tones. Elements of disinformation were found in the editorials, such as when the newspaper questions Lula's innocence and claims that the Workers' Party did not support Bolsonaro's impeachment. The paper also uses half-truths or information that is difficult to verify—for example, implying that Lula's proposed media regulation plans are actually attempts to censor the press. Therefore, it is concluded that *O Estado de S. Paulo* constructs a negative image of Lula and uses elements of disinformation to do so.

Keywords: Journalism and elections; editorials; public image; disinformation; *O Estado de S. Paulo* newspaper

FIGURAS

Figura 1 – Página de opinião do jornal O Estado de S. Paulo: 72

Figura 2 – Cabeçalho tabela de análise: 78

Figura 3 – Os três principais atores mencionados pelos Estadão: 94

Figura 4 – Adjetivos ou qualificativos relacionados a Lula: 112

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Livro de códigos

75

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Editoriais do *corpus* e os meses de publicação

74

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AC – Análise de Conteúdo

CAPES – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior

Compós – Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação

EUA – Estados Unidos da América

FHC – Fernando Henrique Cardoso

MCM – Meios de Comunicação de Massa

MST – Movimento Rural dos Trabalhadores Sem Teto

OESP – O Estado de S. Paulo

PDT – Partido Democrático Trabalhista

PL – Partido Liberal

PPGJor – Programa de Pós-Graduação em Jornalismo

PRM – Partido Republicano Mineiro

PRN – Partido da Reconstrução Nacional

PRP – Partido Republicano Paulista

PSB – Partido Socialista Brasileiro

PSDB – Partido da Social Democracia Brasileira

PSL – Partido Social Liberal

PT – Partido dos Trabalhadores

SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo

STF – Supremo Tribunal Federal

UFSC – Universidade Federal de Santa Catarina

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	14
2 JORNALISMO, OPINIÃO E INFORMAÇÃO	22
2.1 A SEPARAÇÃO ENTRE OPINIÃO E INFORMAÇÃO NO JORNALISMO	22
2.2 A OPINIÃO DA EMPRESA NO JORNALISMO: O GÊNERO EDITORIAL	27
2.3 O JORNALISMO OPINATIVO EM UM CONTEXTO DE DESINFORMAÇÃO E PÓS-VERDADE	31
3 EDITORIAL, OPINIÃO PÚBLICA E IMAGEM PÚBLICA	43
3.1 OPINIÃO PÚBLICA A PARTIR DA ESFERA PÚBLICA	43
3.2 OPINIÃO PUBLICADA E PESQUISAS DE OPINIÃO	47
3.3 A CONSTITUIÇÃO DA IMAGEM PÚBLICA E O PAPEL DO JORNALISMO	50
3.4 O EDITORIAL NA PESQUISA EM JORNALISMO	54
3.4.1 Teses e dissertações	58
3.5 A IMPRENSA, O ESTADÃO E LULA: POSICIONAMENTOS HISTÓRICOS	61
3.5.1 O Estadão e Lula	63
4 PERCURSO METODOLÓGICO	70
4.1 PROBLEMA DE PESQUISA E OBJETIVOS	70
4.2 ESCOLHAS METODOLÓGICAS	72
5 A IMAGEM PÚBLICA DE LULA NAS ELEIÇÕES DE 2022	80
5.1 TEMAS	80
5.1.1 Ditadura x democracia	82
5.1.2 Lula e Bolsonaro como equivalentes	85
5.1.3 Dúvidas sobre Lula	89
5.1.4 Retórica do voto útil	91
5.1.5 Lula como vítima	92
5.2 ATORES RELACIONADOS	95
5.3 OCORRÊNCIAS PASSADAS	100
5.3.1 Apoio a ditaduras	101
5.3.2 Discurso vazio ou irresponsável	102
5.3.3 Erros do PT	105
5.4 RECOMENDAÇÕES SOBRE O QUE LULA DEVE FAZER	107
5.4.1 Arrefecer os ânimos	108
5.4.2 Corrigir e/ou pedir desculpas pelos erros do PT	110
5.4.3 Apresentar propostas/planos de governo	111
5.5 ADJETIVOS E OUTRAS EXPRESSÕES QUE QUALIFICAM LULA	113
5.6 ASPECTOS DE DESINFORMAÇÃO	117
5.6.1 Afirmação infundada	118
5.6.2 Afirmação difícil de checar e/ou que incorporam meias-verdades	120
5.7 IMAGEM PÚBLICA, OPINIÃO E DESINFORMAÇÃO	123
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	126
7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	132

APÊNDICE A: TABELA DE ANÁLISE	150
APÊNDICE B: LIVRO DE CÓDIGOS	160
APÊNDICE C: LISTA DE EDITORIAIS	163
APÊNDICE D: TABELA DE ADJETIVOS	171

1 INTRODUÇÃO

As eleições presidenciais de 2022 foram as mais acirradas da história do Brasil. Ao fim da apuração das urnas eletrônicas, foi oficializado Luiz Inácio Lula da Silva (PT) como o novo presidente do Brasil por uma diferença superior a 2 milhões de votos, superando o embate entre Dilma Rousseff (PT) e Aécio Neves (PSDB), em 2014, pleito vencido pela candidata do Partido dos Trabalhadores por uma diferença pouco inferior a 3,5 milhões de votos. O resultado apertado das eleições em 2022 mostra a polarização política entre Jair Bolsonaro (PL) – presidente eleito em 2018, que tentava a reeleição –, representante da extrema-direita, e Lula da Silva (PT), representando uma centro-esquerda, mas que ao longo do período eleitoral se ampliou para uma frente ampla democrática, principalmente após o anúncio do rival histórico de Lula, Geraldo Alckmin (PSB), como vice candidato na chapa.

A polarização não é algo novo no Brasil. De 1994 até 2018, o Partido dos Trabalhadores (PT) e o Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB) encabeçaram os segundos turnos. No entanto, uma rivalidade de caráter moderado, a partir de 2014 ganha outra configuração, como aponta a pesquisa de Fabrício Brugnago e Vera Chaia (2014). Os pesquisadores identificaram uma direita mais radicalizada, muito organizada no *Facebook*, com um discurso antipetista considerado apartidário por seus integrantes. Essa direita mais radical foi personificada em Jair Bolsonaro – à época, no Partido Social Liberal (PSL), hoje no Partido Liberal (PL) – que ascendeu naquele contexto. Tal ascensão ocorreu em meio à alta politização e midiatisação das operações anticorrupção – como a Lava Jato – e o antipetismo, fortalecido nos Movimentos de Junho de 2013 e tendo como ápices o *impeachment* da ex-presidente Dilma Rousseff, em 2016, e a prisão de Lula da Silva, em 2018.

Bolsonaro ascendeu politicamente com ações e discursos extremistas, de ataque às instituições democráticas, saudosismo à ditadura militar brasileira, entre outros. Essas movimentações foram eficazes no sentido de agendar e conquistar espaço na imprensa *mainstream* (Mendes; Silva, 2022). Mas além disso, a estratégia de Bolsonaro foi quase integralmente feita nas redes sociais (Goldstein, 2019), o motivo para esta tática alternativa foi o tempo reduzido de televisão do candidato – oito segundos. Ao explorar os principais eixos temáticos utilizados na campanha digital de Bolsonaro, Ariel Goldstein (2019) constata uma demonização da esquerda por parte do candidato. Essa estratégia já foi constatada por Harold Lasswell (1938) ao analisar as técnicas de propaganda na Primeira Guerra Mundial. Na interpretação de Lasswell (1938), a propaganda é uma forma de controle e manipulação

social; usar esse recurso comunicacional para desmoralizar o adversário é uma tentativa de convencer o público a acreditar que aquele determinado grupo merece ser derrotado.

De acordo com Goldstein (2019), o candidato de extrema-direita Jair Bolsonaro afirmava que a esquerda havia corrompido a moral e os bons costumes, diferente dos cidadãos de bem, pessoas com princípios e valores, um discurso muito próximo da religião. Um aspecto importante da campanha de Bolsonaro foi a de colocá-lo como um candidato *outsider*, representando uma espécie de nova política (Maia; Spaniol; Klein, 2022), mesmo tendo sido deputado federal por 27 anos. Jair também explorou a retórica do *homem simples*, que precisava do apoio do povo para se eleger e derrotar o inimigo – a esquerda –, pois não tinha a mídia, nem o sistema ao seu lado, criando assim uma proximidade com seu eleitorado (Maia; Spaniol; Klein, 2022). A tática foi frutífera e rendeu a vitória nas eleições de 2018 ao derrotar Fernando Haddad (PT).

Durante seu mandato, Bolsonaro manteve a postura ofensiva às minorias, às questões ambientais (Araújo; Campos, 2022), orquestrou ataques contra o jornalismo profissional e às instituições democráticas (Mendes; Silva, 2022), teve ações negligentes e discursos com desinformação ao longo da pandemia de covid-19, forçando a imprensa a criar um consórcio para a divulgação das informações sobre número de mortos e internados (Ferreira; Christofolletti, 2024). Esse comportamento serviu para colocar Bolsonaro como uma ameaça à democracia nas eleições de 2022, aspecto aproveitado pela campanha de Lula, que o posicionou como o único candidato capaz de derrotar a extrema-direita e preservar a democracia (Panke; Gonçalves; Brito, 2023).

No entanto, apesar da propaganda petista explorar aspectos positivos dos governos Lula – 2003 a 2010 – como os feitos sociais e econômicos, o candidato possui uma outra imagem perante os veículos jornalísticos. O professor Fernando Azevedo (2018) pesquisou a relação de Lula da Silva e o PT com os jornais *O Estado de S.Paulo*, *Folha de S.Paulo*, e *O Globo*, de 1989 até 2014. O estudo de Azevedo mostra que os veículos publicaram representações negativas, e elas aumentam conforme o ator e o partido ganham notoriedade no cenário político brasileiro. O estudo demonstra como o *Estadão* foi o periódico mais negativo com Lula, e essas desaprovações iniciam com a postura radical do partido desde a fundação, chegando até os escândalos de corrupção (Azevedo, 2009), em especial o Mensalão, que abalou a imagem da agremiação (Aldé; Mendes; Figueiredo, 2007).

Ao levarmos em consideração a conjuntura política e democrática do Brasil antes e durante as eleições de 2022, com Bolsonaro figurando como uma ameaça à democracia, e Lula atuando como um contraponto ao autoritarismo de seu adversário, é pertinente

questionar como foi a atuação dos veículos jornalísticos no período, principalmente pelos compromissos normativos do jornalismo com a democracia. Esta pesquisa de mestrado foi motivada por uma inquietação causada pelo editorial *Nem Bolsonaro, nem Lula*, publicado pelo *Estadão* no dia 2 de outubro de 2022, primeiro turno da votação. O texto mostra algumas similaridades com *Uma escolha muito difícil*¹, publicado em 2018 pelo jornal paulista, em especial pela equivalência entre Bolsonaro e o candidato do PT, Fernando Haddad.

Após a leitura do editorial *Nem Bolsonaro, nem Lula*, percebe-se que, mesmo após o período de governo Bolsonaro e todas as ameaças do candidato à democracia brasileira, o jornal ainda assim estabeleceu uma equivalência com Lula, um social-democrata. Trata-se, como definem Hébely Rebouças *et al.* (2022), de uma falsa equivalência, porque Lula e Bolsonaro são politicamente opostos. A conjuntura brasileira, aliada ao texto opinativo do *Estadão*, despertou o interesse de identificar qual imagem pública de Lula da Silva – principal adversário de Bolsonaro – foi constituída pelos editoriais do jornal paulistano durante as eleições de 2022.

Diante desta explanação, o *problema de pesquisa* desta dissertação é: qual imagem pública do candidato Luiz Inácio Lula da Silva foi constituída pelos editoriais do jornal *O Estado de S. Paulo* nas eleições de 2022? A escolha dos editoriais como objeto empírico pode ser justificada pelo fato de que são a opinião da empresa (Marques; Mont’Alverne, 2015). Além disso, de acordo com Azevedo (2018), eles são um material primordial para se entender as posições ideológicas de um veículo jornalístico, considerando que são textos em que os posicionamentos são mais explícitos, diferente de outros gêneros jornalísticos (Silva *et al.*, 2022).

O *Estadão* possui um histórico de posicionamentos negativos a respeito de Lula da Silva. Tal fato motivou a escolher os editoriais deste veículo para análise. O interesse surgiu no intuito de investigar se mesmo em um contexto político atípico como o de 2022, um dos principais jornais da história do Brasil ainda constituía uma imagem negativa de Lula. De modo semelhante, a discussão sobre desinformação nos anos recentes também nos instigou a indagar em que medida a opinião publicada nos editoriais poderia eventualmente ultrapassar as fronteiras opinativas e incorporar elementos que desinformam os públicos.

¹ *Uma escolha muito difícil* foi um editorial publicado pelo jornal *O Estado de S. Paulo* no dia 8 de outubro de 2018. No texto, o *Estadão* argumenta que o eleitor terá uma tarefa difícil: escolher entre Fernando Haddad (PT), que o jornal denomina como “o preposto de um presidiário [Lula]” e Jair Bolsonaro (PSL) “o truculento apologista da ditadura militar”. O jornal afirma que o eleitor escolheu a polarização entre esquerda e direita, assim abandonando os políticos de centro, ação que para o periódico significa o desgaste da política tradicional.

Lula da Silva foi escolhido como objeto de estudo pelo fato de ser um dos personagens mais relevantes da história da política brasileira, além de ter sido eleito presidente do Brasil em três oportunidades – 2002, 2006 e 2022 –, tornando-se o candidato à presidência mais votado da história. A opção pelo petista também aconteceu por conta da conjuntura política mencionada anteriormente, com Bolsonaro representando diversas ameaças à democracia. Também se considera importante questionar qual imagem um dos principais jornais do Brasil constituiu sobre o adversário de Bolsonaro nas eleições, tendo em vista os compromissos do jornalismo com as diferentes configurações democráticas (Bavaresco, 2023).

Diante do exposto, essa dissertação de mestrado tem como *objetivo geral* analisar a imagem pública do candidato Luiz Inácio Lula da Silva constituída nos editoriais do jornal *O Estado de S.Paulo* durante as eleições de 2022. Como *objetivos específicos*, procura-se: identificar que imagens *O Estado de S.Paulo* constituiu de Lula em seus editoriais naquele período; investigar a existência de desinformação nesses editoriais, e também na constituição da imagem pública de Lula nas eleições de 2022; refletir sobre possíveis tensões entre opinião e desinformação no jornalismo.

A desinformação como um eixo analítico não está presente nesta pesquisa desde o início. A possibilidade de explorar este aspecto foi sugerida em reuniões de orientação, posteriormente levada para discussões em congressos acadêmicos internacionais (Intracom e Alaic), nacionais (SBPJor e Intercom) e locais (Jornada Discente do PPGJor UFSC). A partir do estado da arte realizado para este estudo, notou-se a ausência de investigações que se propusessem a analisar a existência de desinformação em editoriais do jornalismo *mainstream*. Foram encontrados estudos que investigavam elementos de autoridade jornalística nos textos opinativos como um método de enfrentar *fake news* (Marques *et al.*, 2022), mas, na revisão bibliográfica feita, não foram encontrados estudos com esta proposta.

Além disso, a relação predominantemente negativa do *Estadão* com Lula da Silva (Azevedo, 2018; Nava; Marques, 2019) também foi um motivador para refletir sobre a desinformação nesta pesquisa. Será que *O Estado de S.Paulo* ultrapassa a linha da opinião ao constituir certas facetas da imagem pública de Lula, assim desinformando o leitor?

Para alcançar os objetivos desta pesquisa, organizamos o estudo em dois capítulos teóricos, um metodológico e um analítico. No primeiro capítulo, denominado *Jornalismo, opinião e informação* será discutida a separação entre opinião e informação no jornalismo (Melo, 2003; Schudson, 2007, 2010; Chaparro, 2008; Sponholz, 2009; Albuquerque, 2022), assim implementando a noção de objetividade, que guia a profissão até os dias de hoje. Explicado o contexto histórico para esta separação, parte-se para uma discussão sobre o

objeto empírico desta dissertação: o editorial. No subcapítulo *A opinião da empresa no jornalismo: o gênero editorial*, são apresentadas as principais características discursivas da opinião da empresa e como os jornais utilizaram o gênero para emitir sua visão de mundo sobre diferentes acontecimentos da história do Brasil (Marques; Mont'alverne, 2015; Guerreiro Neto, 2016; Marques *et al.*, 2019; Mont'Alverne; Marques, 2022).

No último tópico deste capítulo, construímos o caminho para a apresentação do conceito de desinformação nessa pesquisa. Primeiramente, porém, discutimos a relação do jornalismo com a verdade (Cornu, 1999; Tambosi, 2007; Gomes, 2009; Franzoni; Ribeiro; Lisboa, 2011; Gauthier, 2015; Varão, 2020) e como ela é essencial para a credibilidade, legitimidade e autoridade perante a esfera pública. Isto posto, seguimos para situar o jornalismo opinativo em um ecossistema de comunicação permeado por desinformação e pós-verdade (Habermas, 2023; Cesarino, 2022; Santaella, 2018; Recuero, 2025, Han, 2022).

No segundo capítulo, *Editorial, opinião pública e imagem pública*, estão outros conceitos importantes para esta dissertação, além de um estado da arte dos últimos 10 anos (2013 – 2023) com as publicações acadêmicas do campo da Comunicação sobre o gênero editorial e sobre a relação de Lula com a imprensa. No primeiro tópico serão apresentadas as principais formas de concepção da opinião pública. De acordo com Luis Martino e Ângela Marques (2020), existem três principais correntes de estudos sobre a formação da opinião pública, e nela a mídia ocupa lugares diferentes. Das três vertentes elencadas por Martino e Marques (2020), duas serão discutidas neste capítulo.

A primeira recorre à opinião pública originada a partir do debate na esfera pública, interpretação provinda da teoria do sociólogo alemão Jürgen Habermas. De acordo com o autor, a melhor opinião surge da discussão de diferentes ideias até a exaustão, seguindo a lei do melhor argumento. Portanto, a arena discursiva proposta por Habermas (2014, 2021) não seria afetada por artifícios não-comunicativos. Existem diversas críticas ao modelo habermasiano de esfera pública, principalmente pela normatividade, como aponta Carlos Locatelli (2011), mas ela pode servir como uma teoria para medir a qualidade do debate e da deliberação da opinião pública (Weber; Locatelli, 2022). Pela importância da tese habermasiana e por ter a Comunicação como centro, ela foi mobilizada para esta dissertação.

A segunda vertente versa sobre a opinião publicada pelos meios de comunicação, que tentam transformar a opinião particular em opinião pública (Gomes, 2008, 2009). Diferente da perspectiva de Habermas, a publicidade da opinião publicada é apenas para apreciação e adesão da sociedade, pois ela não é gerada a partir de uma discussão de ideias, mas sim de uma visão de mundo da empresa jornalística, ou de um colunista, por exemplo. Essa corrente

de pesquisa elencada por Martino e Marques (2020) é importante, pois o objeto empírico desta pesquisa trata de uma opinião publicada. Em diversos momentos da história, os veículos jornalísticos utilizaram os editoriais como se fosse *a voz do povo, a vontade popular*, a exemplo do pré-golpe militar de 1964.

As pesquisadoras Cynthia Santos e Alessandra Costa (2022) analisaram os editoriais da *Folha de S.Paulo* no período anterior ao golpe militar, e chegaram à conclusão de que em diversos momentos o jornal fala em nome do povo ao afirmar que o golpe seria uma vontade popular. É claro, não apenas a *Folha* foi favorável ao golpe, *O Globo* e o *Estadão* também aprovaram os militares na presidência do Brasil.

As pesquisas de opinião também são discutidas. De acordo com Wilson Gomes (2008), as enquetes são mais eficazes por conta de serem mais diretas que a opinião publicada, principalmente em diferentes momentos políticos, como as eleições. Elas podem ser feitas para avaliar a popularidade de um governo, de um presidente, ou sobre um assunto do interesse público (Gomes, 2009). Pesquisadores como Rubens Figueiredo e Silvia Cervellini (1995) consideram as enquetes como um bom termômetro para entender como pensa a sociedade a respeito de um determinado tópico. Já Sylvia Moretzsohn (2007) considera alguns *surveys* como ilusões de participação popular.

Apresentadas algumas das principais maneiras de formação da opinião pública, discutimos o conceito de imagem pública e como os veículos contribuem para a constituição, fortalecimento e duração dessas representações no tempo (Gomes, 2004, 2025; Weber, 2004; Weber, 2009, 2025; Hall, 2016). É necessário salientar que a imagem pública é algo transigente; é também criada pelos *image makers* e posteriormente midiaticizada, mas qualquer acontecimento, discurso e ação cotidiana podem mudar repentinamente essa montagem, ou seja, o ator não detém o controle de sua imagem em sua totalidade, já que ela pode se modificar em função do contexto.

De acordo com Gomes (2025), a imagem pública é algo mais conceitual do que visual. Não que aspectos exteriores não importem, mas outros fatores são acionados, como discursos, o que a pessoa diz sobre si mesma e o que falam dela, reconhecimento perante os pares, na esfera pública, entre outros pontos. Quando se trata do mundo político, a constituição e gestão da imagem pública se torna ainda mais importante, pois um acontecimento pode mudar a representação de um candidato, decidir uma eleição, encerrar uma campanha ou necessitar de um gerenciamento de crise.

No último tópico deste capítulo apresentamos o levantamento de pesquisas sobre o gênero editorial e sobre Luiz Inácio Lula da Silva. O levantamento bibliográfico realizado

abrangeu uma década (2013 – 2023). A revisão nos ajudou a identificar as principais temáticas trabalhadas pelos pesquisadores brasileiros e as lacunas em que esta dissertação pode se inserir. Além disso, a bibliografia levantada sobre Lula é útil para verificarmos se a imagem do ator se modificou ou não com o novo contexto político das eleições de 2022.

Encerrada a incursão teórica, seguimos para o percurso metodológico e análise. Nesta seção serão explicitados nosso modelo de análise, composto por seis categorias construídas a partir do referencial teórico utilizado e de pesquisa exploratória sobre o material empírico. São elas: *Temas*; *Atores relacionados*; *Ocorrências passadas*; *Recomendações sobre o que Lula deve fazer*; *Adjetivos e outras expressões que qualificam Lula*; e *Aspectos de desinformação*. Neste capítulo também explicitamos as escolhas metodológicas, desde o recorte temporal até a coleta dos editoriais. Ao final dos procedimentos, foram selecionados 58 editoriais publicados entre os dias 16 de agosto de 2022 – início das propagandas eleitorais – até 31 de outubro de 2022 – um dia após o segundo turno, repercussão eleitoral.

O material empírico será analisado à luz da Análise de Conteúdo (AC) de matriz qualitativa (Herscovitz, 2007; Bauer, 2008; Mayring, 2014). Apesar do manual utilizado para esta pesquisa ser voltado para a AC quantitativa, Rafael Cardoso Sampaio e Diógenes Lycarião (2021) afirmam que a metodologia pode ser híbrida, mesclando técnicas quantitativas e qualitativas. Um dos trunfos da AC é a sua versatilidade, podendo ser utilizada como o método principal, como é o caso desta pesquisa, ou como uma preparação para um segundo instrumental.

A sequência da análise se dá a partir das categorias criadas: *Temas*; *Atores relacionados*; *Ocorrências passadas*; *Recomendações sobre o que Lula deve fazer*; *Adjetivos e outras expressões que qualificam Lula*; e *Aspectos de desinformação* e seus códigos. A dinâmica do estudo pelas categorias nos permite identificar os diferentes panoramas da constituição da imagem pública de Lula da Silva nos editoriais do jornal *O Estado de S. Paulo*: com quais temas, atores e ocorrências passadas Lula é relacionado?; o que o *Estadão* recomenda que Lula faça e como o qualifica? Esse esquema também nos permite observar eventuais aspectos de desinformação na constituição de sua imagem.

Os resultados mostram uma imagem pública negativa do candidato Luiz Inácio Lula da Silva, constituída inclusive com elementos de desinformação. Ao analisar os editoriais, percebe-se que Lula é inserido em temas negativos como a dicotomia entre ditadura e democracia, em que seu discurso democrático é contestado pela sua relação com políticos considerados autoritários pelo *Estadão*.

Os atores aos quais o candidato é associado também reforçam essa imagem. Políticos como Jair Bolsonaro, Dilma Rousseff e Daniel Ortega – todos frequentemente criticados pelo *Estadão* – colaboram para uma imagem negativa de Lula, visto que os atores associados também importam para essa constituição, numa lógica de *me diga com quem andas, que direi que tu és* (Gomes, 2025).

Ao mobilizar o passado, *O Estado de S. Paulo* rememora as supostas contradições de Lula como um democrata – pelo envolvimento com ditadores – e também os escândalos de corrupção que envolveram o Partido dos Trabalhadores, como o Mensalão, em 2005. Nessa esteira, as recomendações do que fazer giram em torno de pedir desculpas ou se retratar sobre os erros cometidos pelo PT e apresentar propostas para que estes erros não se repitam.

Pelo fato do editorial ser um gênero em que se permitem adjetivos e outros tipos de caracterização, o *Estadão* utiliza esses recursos linguísticos para criar representações negativas e/ou irônicas de Lula. Mesmo caracterizações que parecem positivas, como dizer que Lula se coloca como o *salvador da democracia*, têm conotação ambígua por conta do tom irônico utilizado.

Foram identificados elementos de desinformação na constituição da imagem de Lula, algo que denota o uso de artifícios que rompem com o compromisso do jornalismo com a verdade, exigido mesmo em conteúdos opinativos (Gauthier, 2015). Um exemplo é quando o *Estadão* contesta a inocência de Lula, sendo que, no campo jurídico, a anulação dos processos contra Lula significa ter sido considerado inocente.

Não é nova a temática da elaboração da imagem pública de atores políticos feita pelo jornalismo. Diversos pesquisadores já o fizeram (Luna; Maia, 2005; Silva; Simões; Ferreira, 2015; Passos; Pires, 2019; Lima, 2020; Simões; Silva, 2022; Oliveira; Mendes, 2022), portanto esta pesquisa buscou preencher algumas lacunas. Uma delas é a novidade de estudar as eleições de 2022 como período temporal, um acontecimento ainda novo considerando o contexto das pesquisas de maior fôlego (dissertações e teses). Outro aspecto é a inserção da desinformação como uma dimensão da análise nos editoriais. A maioria das pesquisas levantadas aborda os editoriais para saber a posição dos jornais perante o fenômeno da desinformação, mas não para investigar se esses editoriais produzem algum tipo de conteúdo desinformativo.

Além disso, este estudo procura colaborar com a agenda de pesquisa sobre os editoriais e sobre seu papel na formação da imagem pública de atores políticos e como essas construções atuam no contexto eleitoral, imprescindível para a democracia representativa (Gomes, 2008).

2 JORNALISMO, OPINIÃO E INFORMAÇÃO

Esta dissertação de mestrado procura analisar a constituição da imagem pública do candidato Luiz Inácio Lula da Silva pelos editoriais do jornal *O Estado de S.Paulo* nas eleições de 2022. Por conta do objeto empírico deste estudo ser o editorial, um gênero jornalístico em que o veículo expõe sua visão de mundo (Marques; Mont’Alverne, 2015), faz-se necessária uma discussão sobre os elementos da opinião no jornalismo, chegando até a empiria usada nesta pesquisa.

O capítulo inicia com a contextualização histórica da separação entre opinião e informação no jornalismo, configuração que deu início à objetividade, princípio seguido na profissão até os dias de hoje. Posteriormente, segue-se para uma discussão sobre o gênero editorial e suas principais características. O encerramento desta seção discute sobre o jornalismo opinativo em um contexto de crise da verdade, de desinformação e pós-verdade no ecossistema comunicativo.

2.1 A SEPARAÇÃO ENTRE OPINIÃO E INFORMAÇÃO NO JORNALISMO

Em um jornal, seja impresso ou digital, é comum a separação entre opinião e informação. Além de ser um recurso gráfico para estruturar o produto, a separação entre as categorias serve para demarcar uma posição hegemônica provinda da virada do jornalismo nos Estados Unidos no século XIX: os conteúdos informativos não serão contaminados pelas opiniões e crenças de quem os escreve, como discutiu Michael Schudson (2010).

Essa mudança estrutural do jornalismo, iniciada com os *penny papers*², foi um movimento oposto ao que era praticado nos Estados Unidos e na Europa do século XIX. Em um contexto anterior, o jornalismo era ligado aos partidos políticos e à militância, tendo um teor predominantemente opinativo, com políticos e outros atores criando e usando os jornais para publicizar suas ideias (Schudson, 2010; Habermas, 2014; Mendonça; Aggio, 2021). Com a revolução da imprensa americana em 1830, os jornais passaram a priorizar a publicidade para conseguir se manter independentes da política, prática que foi criticada pelos principais veículos da época (Schudson, 2010).

Apesar da popularidade da estruturação adotada pelos *penny papers*, eles não foram o primeiro modelo de separação entre opinião e informação. No século anterior, o jornal inglês

² Jornais vendidos a preços baixos que tinham foco nas notícias, desprendendo-se do jornalismo militante dos partidos políticos, parecendo assim um jornalismo tido como independente (Schudson, 2010).

Daily Courant foi pioneiro dessa prática. A iniciativa de Samuel Buckley, editor do periódico, não serviu somente para organizar de maneira mais pedagógica seu jornal, mas também deixou uma configuração que seria central para o jornalismo moderno. Além disso, a ação trouxe indiretamente a objetividade à profissão, que se popularizou como conceito somente dois séculos depois (Melo, 2003; Chaparro, 2008; Sponholz, 2009).

O *Courant* durou apenas 33 anos, mas as mudanças propostas por Buckley revolucionaram a imprensa americana capitaneada pelos *penny papers*. No entanto, o pesquisador Michael Schudson (2007) complexifica essa reconfiguração do jornalismo estadunidense, ao buscar explicações sociológicas e políticas para essa transformação. De acordo com Schudson (2007), os jornais dos EUA acompanharam as mudanças políticas, sociais e urbanas da época. Um dos principais pontos de virada foi a insatisfação popular com as campanhas eleitorais e os métodos de votação.

Durante a era de 1880 a 1920, os reformistas liberais começaram a criticar a lealdade partidária e promoveram novas formas de campanha eleitoral, insistindo numa campanha “educacional” com mais panfletos e menos paradas. Ao mesmo tempo, os jornais mostraram mais vontade de adoptar uma posição independente. Em 1890, um quarto dos jornais diários nos estados do Norte, onde o movimento reformista estava mais avançado, declarou independência dos partidos. Tornou-se comum e até respeitável para os jornais partidários “libertarem-se” dos candidatos apoiados por partidos (Schudson, 2007, p. 119)

A mudança para o voto australiano, onde eram distribuídas cédulas com o nome de todos os candidatos e, em privacidade, o eleitor escolhia suas opções, instigou nos jornais estadunidenses da época o interesse em se desvincular cada vez mais dos corpos políticos, passando a produzir um discurso mais independente. Outro aspecto influenciado por essa mudança é a profissionalização do jornalismo, que passou a criar sua própria cultura e práticas, como a entrevista, que se popularizou como um recurso jornalístico somente nos anos 1880 (Schudson, 2007).

A criação de uma cultura e sua constituição como campo se tornou ainda mais necessária após a Segunda Guerra Mundial, quando os jornalistas, vendo como a publicidade foi utilizada no conflito, quiseram se distanciar dos conteúdos publicitários. Isso se dá pelo fato de que a maioria dos escritores de jornais eram do ramo da propaganda (Schudson, 2010). Portanto, a objetividade foi crucial para suprir as necessidades de consolidação de um *ethos* jornalístico (Biroli; Miguel, 2012), pois a tentativa de ser objetivo aproximou o jornalismo de um dever científico com a verdade, servindo inclusive para se legitimar na esfera pública (Sponholz, 2009).

O jornalismo praticado no Brasil do período colonial se aproximava do estilo francês: predominantemente opinativo, doutrinário e com muitos elementos literários, conforme Afonso Albuquerque (2022). Mas ainda assim existiam jornais ditos “objetivos”, as chamadas gazetas (Barros, 2023, p. 63). Portanto, as informações e opiniões se mesclavam de maneira explícita do século XIX até metade do século XX. No jornalismo brasileiro, a ruptura entre opinião e informação veio somente em 1950 com o *Diário Carioca*, dos jornalistas Pompeu de Sousa e Danton Jobim, principalmente após a publicação de um editorial assinado por Sousa.

De acordo com Afonso de Albuquerque (2022), o texto publicado por Pompeu de Sousa é importante para a história da imprensa brasileira, pois marca essa ideia de recomeço, mas carrega consigo a ideia de um *mito fundador* do jornalismo profissional brasileiro. O argumento central de Albuquerque (2022) gira em torno da história sobre a modernização do *Diário Carioca* ser baseada em relatos em primeira pessoa, geralmente contados pelos protagonistas, que exaltam a excepcionalidade dos profissionais do veículo.

No editorial, a postura dos jornalistas pré-modernização é vista de maneira negativa depois, dando a entender que a reestruturação do *Diário Carioca* mudaria não só a estrutura do jornal, mas também a postura dos jornalistas (Albuquerque, 2022). Conforme este pesquisador, predominava a narrativa de que os jornalistas eram boêmios e não encaravam a prática jornalística como seu principal ofício, mas sim como um bico ou um caminho para conseguir vantagens.

Por isso, o editorial de Pompeu de Sousa serve como essa demarcação, mas também como uma forma de apagamento do passado, importante na criação de um mito fundador (Anderson, 2008). Marialva Barbosa (2010) afirma que, antes da implementação de técnicas jornalísticas como o *lead* e a pirâmide invertida, metodologias de reportagem já eram utilizadas pelos jornalistas. Portanto, a ideia de que o *Diário Carioca* teria implementado uma linguagem jornalística no Brasil faz parte deste mito fundador.

Ao contrário dos Estados Unidos, onde as vendas de jornais aumentaram (Schudson, 2007, 2010), no Brasil a comercialização do *Diário Carioca* sofreu uma queda, fato que culminou no fechamento do jornal em 1965 (Albuquerque, 2022). Apesar disso, o jornal do Rio de Janeiro deixou uma estrutura que serviu de molde para a imprensa brasileira e para a legitimação do modelo americano de jornalismo, visto que tanto Pompeu de Sousa quanto Danton Jobim tiveram experiências profissionais nos Estados Unidos (Sponholz, 2009; Albuquerque, 2022).

A implementação da objetividade no jornalismo brasileiro não foi natural, muito menos uma replicação *ipsis litteris* do modelo norte-americano. Como explica Schudson (2007), o modelo estadunidense pôde ser aplicado no país porque foi moldado conforme as conjunturas sociais, políticas e econômicas dos EUA. O que aconteceu no Brasil foi uma adaptação, conforme Albuquerque (2022), influenciada pelos órgãos de comunicação e pelo próprio governo da época, que se adiantou 30 anos a uma tendência que se tornaria mundial a partir dos anos de 1980.

Ao analisar a prática da objetividade no Brasil, a pesquisadora Liriam Sponholz (2009) discute o que chama de *objetividade à brasileira*, um estilo que tinha como foco a compreensibilidade nos textos; para isso, foram adotados métodos como o *lead* e a pirâmide invertida. Ambas as técnicas traziam uma nova roupagem aos textos e serviam para deixar de lado o nariz de cera, recurso que, de acordo com Pompeu de Sousa, deixava a reportagem prolixa e cansava o leitor (Albuquerque, 2022).

O golpe civil-militar de 1964 não mudaria somente a conjuntura política do Brasil, mas também a estrutura e a prática jornalística, vide a censura imposta pelo Estado com a inserção de militares nas redações para fiscalizar o trabalho dos jornalistas. Liriam Sponholz (2009) afirma que, como uma forma de proteger o jornalismo e a democracia – e não repetir os erros dos veículos jornalísticos pré e pós-golpe –, em 1980 a *Folha de S.Paulo* lançou o *Projeto Folha* (Sponholz, 2009).

O projeto do jornal paulistano desenvolveu um manual de redação que se aproximou ainda mais do ideal de objetividade estadunidense. Mesmo que o próprio documento não acreditasse no alcance total da objetividade, o escrito conduzia os repórteres a serem os mais objetivos e imparciais possíveis, buscando o maior número de *lados da história* (Sponholz, 2009), aliando a pluralidade ao princípio do texto compreensivo proposto por Pompeu de Sousa.

Além dessas características, o *Projeto Folha* carregava consigo a postura de cão de guarda – *watchdog* – (Albuquerque, 2002; Sponholz, 2009), importado da imprensa estadunidense. No caso brasileiro, ser *watchdog* fazia sentido por conta do momento de reabertura democrática, então cabia ao jornalismo colocar-se como um órgão independente do Estado, disposto a fiscalizar os poderosos (Sponholz, 2009).

Com o seu papel de cão de guarda, a imprensa conseguiu conquistar um espaço como um ator relativamente independente (do Estado) na esfera pública brasileira. Se durante a ditadura a imprensa foi calada ou se calou (autocensura), a situação mudou muito depois da redemocratização. O jornalismo cão de guarda permitiu nas

primeiras horas da recém conquistada democracia que a imprensa sul-americana superasse a sua crise de credibilidade (Sponholz, 2009, p. 74)

Essa postura de quarto poder é contestada por Afonso Albuquerque (2000). Segundo Albuquerque (2000), a imprensa hegemônica brasileira já se mostrou conivente com candidatos ou governantes que corroboravam seus interesses privados. Exemplo são os apoios a Fernando Collor de Melo em 1989 e a todos os candidatos do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB) à presidência da República. Além disso, pesquisadoras e pesquisadores já demonstraram as posições negativas dos jornais *mainstream* aos governos progressistas do Partido dos Trabalhadores (PT) (Mont’Alverne; Marques, 2013; Azevedo, 2018; Nunes, 2018), prática não vista durante o mandato de Fernando Henrique Cardoso, do PSDB (Albuquerque, 2002; Azevedo, 2006).

Tema de debate histórico e persistente, a objetividade – e os ideais aos quais remete – continua sendo usada como artifício retórico para legitimar a prática jornalística na esfera pública (Biroli; Miguel, 2012; Sponholz, 2009); reafirmar sua autoridade (Fontes, 2022; Kniess; Comel; Marques, 2024); e proteger o jornalista de críticas no exercício de sua atividade, conforme discutido por Gaye Tuchman (1999) aos abordar os rituais de objetividade.

Existem inúmeras interpretações sobre objetividade jornalística e se sua aplicação é de fato possível. De acordo com Liriam Sponholz (2009), por mais que a objetividade como uma mediação entre as realidades social e midiática seja impossível em sua totalidade, é fundamental ao jornalista a tentativa de chegar o mais próximo possível de mediar essas realidades. Segundo a autora, quando a objetividade é entendida desta forma, “ela não só é possível como também necessária. O conhecimento total da realidade continua sendo uma utopia, a busca deste é, no entanto, o que nos leva a ir adiante” (Sponholz, 2009, p. 13).

Na interpretação de Flávia Biroli e Luis Felipe Miguel (2012), os níveis de objetividade ainda são essenciais para diferenciar o bom e o mau jornalismo. Os autores entendem que a objetividade implica em marcas de distanciamento do jornalista, que precisa eliminar seus interesses particulares e pensar no interesse público (Miguel; Biroli, 2010). No entanto, Biroli e Miguel afirmam que a prática serve como “um dispositivo que tem papel central na legitimação de discursos hegemônicos no jornalismo, na apresentação de julgamentos como fragmentos de realidade transpostos para o noticiário” (2012, p. 25).

Tendo a objetividade como norte, o jornalismo hegemônico não reproduz somente o discurso das elites, mas também a ideia de um discurso universal excludente com as camadas mais vulneráveis da sociedade, que possuem mais dificuldade em agendar suas pautas

(Miguel; Biroli, 2010, 2012; Biroli, 2011). Isso acontece mesmo em uma época hipermidiatizada e dinâmica do debate público e da formação da opinião pública (Habermas, 2023).

Na esteira deste debate, existem pesquisadores(as) que pregam um jornalismo de subjetividade. De acordo com Fabiana Moraes (2019), o(a) jornalista não tem a necessidade de se despir de sua parcialidade e emoção; pelo contrário, elas são incorporadas na prática. Para Moraes (2019), esse jornalismo “promove a possibilidade de quebra de representações, repensa fortemente os valores-notícia (extremamente excludentes) e, finalmente, se abre a uma prática ativista, não a entendendo inclusive como algo possível apenas entre um ambiente digital, ‘independente’, ‘alternativo’” (Moraes, 2019, p. 2).

A subjetividade, considerada legítima aos campos opinativos de um jornal, é impossível de ser apagada – essa tese se aplica tanto aos jornalistas quanto ao produto jornalístico, independente do formato textual. Para Manuel Chaparro (2008) e Adelmo Genro Filho (2005), a subjetividade permeia todo o trabalho jornalístico, pois é contra intuitivo se despir de sua parcialidade; todos olham o mundo de alguma perspectiva social. Mesmo ao pensar o jornalismo como forma social de conhecimento (Genro Filho, 1987), a opinião não contamina a produção da informação e do conhecimento, pelo contrário, ela faz parte da construção de ambos (Genro Filho, 2005; Zambrano; Lozano; Tarazona, 2023).

Independente da corrente em que se pensa o conceito de opinião, seja ela como um limiar entre o conhecimento e a ignorância, portanto, não configura uma *episteme* (Gomes, 2025), ou como um estopim para a busca do conhecimento (Zambrano; Lozano; Tarazona, 2023), é notável a importância dos conteúdos opinativos no jornalismo. O editorial, por exemplo, é o espaço onde a empresa jornalística expressa sua opinião a respeito de algum acontecimento, ou tema que o veículo julgue ser de interesse público (Marques; Mont’Alverne, 2015). No próximo tópico serão discutidas as principais características do gênero editorial, objeto de estudo dessa dissertação.

2.2 A OPINIÃO DA EMPRESA NO JORNALISMO: O GÊNERO EDITORIAL

Diversos autores estudaram as categorias do jornalismo e seus respectivos gêneros (Melo, 2003; Chaparro, 2008). Para o jornalismo opinativo são elencados sete gêneros: editorial; artigo assinado; resenha; coluna; crônica; caricatura e carta (Melo, 2003; Chaparro, 2008). Como o objeto empírico desta dissertação são os editoriais do jornal *O Estado de S.Paulo*, este tópico será dedicado às principais características discursivas e estruturais deste

gênero, além de apresentar como ele foi, e é usado pelos jornais na formação da opinião pública.

O editorial pode ser definido como o espaço em que a empresa jornalística expõe sua opinião a respeito de um acontecimento de relevância nacional ou internacional (Marques; Mont’Alverne, 2015). Por se tratar da visão de mundo da organização, o editorial é geralmente escrito em terceira pessoa, por um(a) editorialista que conheça a fundo a trajetória opinativa da empresa, porque uma das características do gênero é a de poder perdurar com o tempo (Melo, 2003; Marques; Mont’Alverne, 2015; Guerreiro Neto, 2016).

Se nas seções informativas de um jornal hegemônico a pluralidade de assuntos é escassa (Azevedo, 2006), nos editoriais a situação não é diferente. Camila Mont’Alverne e Jamil Marques (2022) – a fim de mapear os principais assuntos que constituem os valores-editoriais – analisaram 840 de *Folha de S. Paulo* e *Estadão* publicados entre 2007 e 2017. Os resultados alcançados por Mont’Alverne e Marques (2022) mostram que os principais assuntos abordados são política e economia, corroborando a literatura clássica sobre o gênero (Melo, 2003).

Os achados de Mont’Alverne e Marques (2022) mostram uma baixa pluralidade devido à estrutura midiática brasileira, exposto por Fernando Azevedo (2006). De acordo com Azevedo (2006), o ecossistema midiático no Brasil pertence a poucas famílias. Os efeitos desse oligopólio familiar é um discurso pouco plural, voltado às elites políticas e econômicas, espaços em que o jornal está inserido (Azevedo, 2006).

No Brasil, diferente dos Estados Unidos, não existem os *op-eds*. Esse estilo de editorial serve para mostrar uma posição contraditória à exposta no jornal; na maioria dos casos este texto é escrito por um especialista no tema tratado pela empresa. Essa prática, conforme Golan e Lukito (2015), é uma forma do jornalismo mostrar sua imparcialidade até mesmo em suas páginas opinativas, e se apresentar na esfera pública como um espaço democrático, onde o contraditório é permitido. Para os *quality papers* brasileiros, o editorial não é um espaço para contradições. As entrevistas feitas por Guilherme Guerreiro Neto (2016) com os respectivos editores de opinião de *Folha de S. Paulo* – Marcelo Leite – e *O Estado de S. Paulo* – Antonio Carlos Pereira -, mostram como o editorial é planejado e interpretado.

Para Pereira, o editorial é o espaço em que o leitor vai reafirmar suas crenças ou descrenças (Guerreiro Neto, 2016). Ou seja, o editor de opinião do *Estadão* considera que a visão de mundo da empresa é uma sentença e está ali para a adesão ou não dos públicos, mesma lógica da opinião publicada e do mercado de opiniões discutido por Wilson Gomes

(2009). Nessa lógica, a visibilidade midiática acaba se sobressaindo à discussão na esfera pública, uma característica contrária à formação de uma opinião pública de qualidade, proposta por Jürgen Habermas (2014, 2021), a ser fundamentada no próximo capítulo.

Outra declaração de Pereira que acompanha a literatura clássica sobre este gênero é a de que os editoriais funcionam como uma espécie de orientação para os corpos políticos, como se o jornal estivesse falando o que presidente deveria ou não fazer (Guerreiro Neto, 2016). Na época em que a pesquisa de Guerreiro Neto foi realizada, a presidente da República era Dilma Rousseff, do Partido dos Trabalhadores. Pereira afirma que os editoriais são feitos para os governantes lerem e serem atingidos pelo conteúdo. A entrevista do editor de opinião do *Estadão* vai ao encontro dos resultados da pesquisa de José Marques de Melo (2003). Ao analisar para quem os editoriais são direcionados, Marques de Melo (2003, p. 104-105) afirma que eles são direcionados para a opinião pública, mas que na verdade “as instituições jornalísticas procuram dizer aos dirigentes do aparelho burocrático do Estado como gostariam de orientar os assuntos públicos”.

A questão do interesse público também é mobilizada pelos entrevistados de Guerreiro Neto (2016). De acordo com Antonio Carlos Pereira, os editoriais de *O Estado de S. Paulo* não pregam os interesses particulares, mas sim o interesse público (Guerreiro Neto, 2016). Essa busca da empresa se despir de seus interesses privados para tratar dos acontecimentos, denota as marcas de distanciamento necessárias para ser objetivo(a) e/ou imparcial, como se o jornal produzisse um discurso universal, voltado ao interesse público (Biroli; Miguel, 2012).

Essa prática é bastante comum na comunicação pública, quando empresas expõem seus interesses privados como se fossem de interesse público (Gomes, 2008; Locatelli, 2011). No jornalismo, não é diferente. De acordo com Marques de Melo (2003, p. 105), os jornais se utilizam de assuntos da coletividade para realizar “um trabalho de ‘coação’ ao Estado para a defesa de interesses dos segmentos empresariais e financeiros que representam”. Em alguns momentos da história do Brasil, como apontam Santo e Costa (2022), os jornais hegemônicos usaram o interesse e a opinião pública como artifício retórico para legitimar seus argumentos. Um exemplo é no golpe civil-militar de 1964, apoiado por toda a imprensa *mainstream* da época. Esse endosso foi dado a partir dos editoriais (Santos; Costa, 2022).

Essas estratégias, conforme a pesquisa de Paulo Pita (2022, p. 379), servem para “persuadir a opinião pública e as instituições por meio de aviso, palavra de ordem, de tal modo que as exposições de pontos de vista complementam a análise, a avaliação e a interpretação sobre os padrões do tema abordado”. Esses enquadramentos adotados pelos editoriais denotam a intenção por traz das opiniões: representar os interesses empresariais e

liberais, a fim de fazer esses discursos chegarem aos poderes, para que sejam lidos por potenciais influenciadores da opinião pública (Guerreiro Neto, 2016).

Pelas suas características discursivas, o editorial pode servir de objeto de estudo para diversas investigações. De acordo com Fernando Azevedo (2018), que analisou a opinião dos *quality papers* a respeito do Partido dos Trabalhadores de 1989 até 2014, os editoriais são matéria-prima de qualidade ímpar quando se trata de analisar a ideologia política de um jornal. Na esteira de Azevedo (2018), Guerreiro Neto (2016, p. 101) afirma que

[...] a seção editorial é central para a identidade do jornal, os modos de construção da opinião sugerem tantas marcas de identificação quanto os sentidos da opinião construída. Essas marcas deixam entrever o que caracteriza o jornal, como se configura seu público e que relações são estabelecidas com seus concorrentes, sendo tais movimentos concomitantes e constituintes de uma voz e seus ecos.

Por se tratar de um gênero com recursos discursivos não vistos com frequência no jornalismo informativo, a escrita dos editoriais pode conter juízos de valor, adjetivações, que mostram de maneira mais explícita as inclinações do jornal a respeito de determinado ator ou acontecimento (Pereira, 2023). O editorial pode ser usado como empiria para entender a constituição da imagem pública de uma presidente, como nas pesquisas de Mont'Alverne e Marques (2013) e Nunes (2018), ou de instituições (Pessoa, 2016). Também para entender as representações sobre movimentos sociais (Pita, 2022) e diversas outras pautas de investigação, que serão mais bem explicadas no estado da arte sobre o tema.

Vista a importância do gênero para o jornalismo e para a pesquisa acadêmica, cabe indagar sobre qual a relevância do editorial na esfera pública. Para fazer essa análise, seria necessária outra investigação, mas se levarmos em consideração os critérios importantes para o jornalismo de opinião na esfera pública habermasiana, é possível refletir sobre a relevância do editorial na sociedade. É correto dizer que o editorial não vive mais as épocas áureas do jornalismo opinativo do século XIX (Guerreiro Neto, 2016). Pelo contrário, é um gênero que tende a ser ignorado pelos leitores por sua linguagem intelectual, geralmente voltado para um assunto que não dialoga com o universo do leitor (Melo, 2003).

Habermas (2014; 2021) considera a discussão dos assuntos até a exaustão um dos aspectos mais importantes para a deliberação de uma opinião pública de qualidade (Gomes, 2008). No entanto, para o jornalismo de opinião o mais importante é a visibilidade pública. Antonio Carlos Pereira, jornalista do *Estadão*, afirma que o editorial é uma sentença, o julgamento final, não sendo um espaço para o contraditório, e sim para as certezas (Guerreiro Neto, 2016).

Portanto, em meio ao ápice de uma esfera pública digital, o jornalismo procura se estabelecer como uma voz de autoridade em um contexto de crise (Christofoletti, 2019), caracterizado por uma desordem informacional (Wardle; Derakhshan, 2023) e pela decadência da verdade, onde epistemologias e sistemas peritos consolidados são substituídos pelas opiniões de qualquer pessoa (Cesarino, 2022, Han, 2022).

Em que pese o fato de que não costuma ser um gênero jornalístico regularmente lido por amplos públicos, entendemos que o editorial continua tendo relevância em determinados contextos, quando o posicionamento da organização jornalística pode reverberar em outros espaços comunicacionais, como as redes sociais digitais, lançando determinados assuntos na esfera pública. Pode, assim, visibilizar com maior amplitude determinadas posições sobre temas ou sobre figuras públicas. Para além de entender as posições de um determinado veículo (Azevedo, 2018), portanto, o editorial - e sua análise - permite observar os esforços empreendidos por estes grupos jornalísticos para participar e orientar os termos de um debate sobre temas coletivos e/ou da atuação de uma figura pública.

No caso específico da constituição da imagem de atores políticos - objeto desta dissertação -, vale ressaltar ainda que os editoriais são peças jornalísticas com características particulares, pois utilizam recursos textuais não usuais em outros gêneros jornalísticos como nas notícias e reportagens (Silva *et al.*, 2022). O uso de adjetivações, por exemplo, explicita aspectos da imagem de atores e instituições. No entanto, até que ponto essas representações aliadas à posição ideológica do jornal, não ultrapassam a fronteira da opinião, carregando consigo também elementos de desinformação? Para avançar nesta reflexão, no próximo tópico discutiremos as características da desinformação e da pós-verdade.

2.3 O JORNALISMO OPINATIVO EM UM CONTEXTO DE DESINFORMAÇÃO E PÓS-VERDADE

O jornalismo trabalha para se reconsolidar como uma instituição digna de credibilidade, especialmente a partir das mudanças no ecossistema midiático provocadas pelo *boom* das redes sociais. Historicamente, o jornalismo sempre precisou se colocar como autoridade no quesito de informar com credibilidade, isso é inerente a uma profissão que se altera junto com a sociedade na qual está inserida (Schudson, 2007; Christofoletti, 2019).

Autores como Byung-Chul Han (2022) interpretam que o jornalismo jamais enfrentou mudanças tão dinâmicas e constantes quanto às provocadas pela digitalização não somente da maneira de se informar, mas da vida como um todo (Han, 2022). As redes sociais trouxeram a

possibilidade de qualquer pessoa se tornar um autor ao publicar sua opinião a respeito de inúmeros assuntos em seu perfil (Habermas, 2023). Nos casos das redes sociais em mar aberto, como o *X* – antigo *Twitter* –, as chances de usuários que não se seguem interagirem são grandes. Isso ocorre por conta das palavras-chave e assuntos de interesse entre os dois usuários (Cesarino, 2022).

De acordo com Jürgen Habermas (2023), pelas facilidades de alargamento, as redes sociais viabilizariam uma arena jamais antes vista para o debate público, com possível participação de pessoas do mundo todo, assim trabalhando para a deliberação de uma opinião pública de qualidade. Entretanto, o efeito foi o contrário: os usuários foram encapsulados em bolhas, ou câmaras de eco, com pessoas que possuem pensamentos e opiniões semelhantes (Santaella, 2018; Moretzsohn, 2019; Cesarino, 2022), o debate público se fragmentou, assim como a opinião pública, cuja qualidade não pode ser mensurada (Habermas, 2023).

Essa fragmentação dos usuários em câmaras de eco acontece pelos algoritmos, estruturas de codificação refinadas que analisam e procuram entender as preferências, interesses, opiniões e posicionamentos, com base no uso da plataforma (Santaella, 2018; Cesarino, 2022). A partir dos dados coletados, o algoritmo passa a lançar conteúdos e anúncios que o usuário tenha alguma adesão, pois ele organiza nosso *feed* de acordo com “o retrato de nossas mentes, desejos e crenças” (Santaella, 2018, posição 110)³.

Isto posto, com as informações coletadas o algoritmo cria bolhas com usuários que pensam de maneira semelhante, onde o contraditório não é aceito, pois ali opera a dicotomia amigo-inimigo (Cesarino, 2022) e o único conhecimento aceito é o consumido e/ou construído pelos membros da câmara de eco (Santaella, 2018), numa espécie de epistemologia tribal (Varão, 2020), em que o controverso é visto com repulsa e rechaçado imediatamente (Cesarino, 2022).

Para Letícia Cesarino (2022), as novas mídias operam em sistema de coerção indireta, sem que a pessoa se dê conta da influência. Pelo contrário, na visão dela os manipulados são os outros. De acordo com a pesquisadora, essa prática imposta pelos algoritmos trabalha em três instâncias: “ação tática camuflada, assimetria entre plataformas e usuários, e vieses de confirmação próprios da cognição humana” (Cesarino, 2022, p. 210).

Por conta da coerção indireta é que os usuários acabam sendo inseridos nessas bolhas e nem percebem; ao contrário, acreditam que possuem o controle sobre o conteúdo que consomem e os grupos que frequentam. Essas bolhas, em razão da mentalidade de grupo, acabam excluindo as individualidades do sujeito, onde ele é cada vez mais absorvido pelo

³ A obra está no formato e-book, sem numeração de páginas, portanto estará marcado em posições.

coletivo (Cesarino, 2022). Esses ambientes operam em um contexto de guerrilha, onde precisam vigiar não apenas os inimigos – pessoas que pensam diferente do grupo –, mas também dos próprios membros, pois quando há a mínima divergência, a posição de algum dos indivíduos está ameaçada (Cesarino, 2022).

Pelas características amigo-inimigo dos integrantes das bolhas, é possível afirmar a contestação, negação e contra argumentação em todo e qualquer conteúdo contrário às ideologias e crenças compartilhadas pelo grupo. Como consequência, esses conteúdos geralmente provindos de estudos científicos ou de veículos jornalísticos, são interpelados com materiais alinhados com a ideologia das bolhas. Porém, nem sempre esses objetos são respondidos a partir de conteúdos verídicos, a lógica opera justamente da forma contrária (Santaella, 2018; Massuchin *et al.*, 2021; Cesarino, 2022).

Nas câmaras de eco é onde a desinformação circula em abundância. Isso acontece por uma série de motivos. Um deles é a aceitação de conteúdos que tenham convergência com o pensamento do grupo. Segundo Santaella (2018), não interessa se o conteúdo é verdade ou mentira, o importante é ele estar de acordo com a ideologia de quem o consome. A pesquisa de Michele Massuchin e outras pesquisadoras (2021) analisou como grupos de *WhatsApp* bolsonaristas negavam a ciência durante a pandemia de covid-19. De acordo com Massuchin *et al.* (2021), a estratégia comunicativa utilizava teorias da conspiração, desinformação, materiais jornalísticos e até estudos científicos para embasar os argumentos contra a ciência. Ou seja, o inimigo pode se tornar meu amigo, desde que o conteúdo seja a meu favor.

Se o mecanismo para organizar usuários em bolhas é sofisticado, com a criação e propagação de desinformação, não é diferente. Em março de 2018 foi revelado o uso indevido de dados coletados de 87 milhões de perfis do *Facebook*. Esse material foi utilizado pela *Cambridge Analytica* para influenciar a opinião dos eleitores em favor de Donald Trump, presidente eleito em 2016⁴. Com os *clusters* organizados, cada um deles recebia um tipo diferente de desinformação, com a intenção de provocar alguma reação, seja um comentário ou compartilhamento em grupos de outras redes sociais, ou no próprio perfil. O apelo às emoções é fundamental para o conteúdo desinformante, por isso, via de regra eles possuem um discurso voltado ao absurdo, a fim de despertar pânico moral e sentimento de urgência a problemas que nem sequer existem (Grignolio; Morelli; Tamietto, 2022; Cesarino, 2022).

⁴ Disponível em:

<https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/entenda-o-escandalo-de-uso-politico-de-dados-que-derrubou-votor-do-facebook-e-o-colocou-na-mira-de-autoridades.ghtml>

Apesar de ser uma agenda de pesquisa bastante comum atualmente (Varão, 2020), a mentira historicamente esteve presente na mídia e na sociedade (Gomes; Dourado, 2019; Grignolio; Morelli; Tamietto, 2022). A pesquisa de Tarazona, Prada e Ardila (2022), por exemplo, constatou a presença de notícias falsas nos jornais colombianos durante as eleições de 1930. A disseminação de mentiras é um problema social constante desde a antiguidade, mas com a digitalização e a rapidez das redes sociais, elas adquiriram maior sofisticação em sua fabricação, além de conseguirem se espalhar de maneira mais rápida e eficaz, tornando-se tornando viral (Recuero, 2025). Não à toa o fenômeno é chamado de infodemia (Han, 2022).

Assim como outros conceitos das ciências sociais, a desinformação é uma terminologia com muitas definições e poucos consensos, tanto na literatura nacional, quanto internacional (Gomes; Dourado, 2019). No Brasil ela é utilizada para englobar todo o fenômeno da desordem informacional trazido por Claire Wardle e Hossein Derakhshan (2023).

Uma das explicações para a adoção do conceito de forma mais generalista é a dificuldade de tradução (Chaves; Braga, 2019) dos outros dois eixos da desordem informacional encontrados por Wardle e Derakhshan (2023, p. 12): a informação falsa [*misinformation*] e a informação maliciosa [*malinformation*]⁵. A desinformação, assim como as outras conceituações, é uma dimensão do fenômeno de desordem informacional e, segundo os autores, é uma “informação falsa deliberadamente compartilhada com a intenção de causar danos” (Wardle; Derakhshan, 2023, p. 12).

Diferente das definições propostas por Wardle e Derakhshan (2023), que se atentam à intencionalidade e não-intencionalidade dos conteúdos desinformantes, nesta dissertação a linha teórica a ser seguida é a de Raquel Recuero (2025). De acordo com Recuero (2025), não faz sentido tratar de intencionalidade quando o objeto é o conteúdo de uma desinformação. A intenção está centrada no produtor e na forma como esse material será operacionalizado no ecossistema desinformativo.

Portanto, a desinformação é aqui entendida como uma “informação parcial, errada ou falsa/enganosa ou mesmo verdadeira, mas enquadrada de modo a gerar confusão, cujo efeito direto é gerar caos no sistema” (Recuero, 2025, p. 34). De acordo com a autora, essa definição é benéfica pois foca “na desinformação como um conjunto de diversos conteúdos, cuja finalidade é enganar, confundir e influenciar a esfera pública” (Recuero, 2025, p. 34).

⁵ A informação falsa [*misinformation*] é quando o conteúdo é compartilhado sem dolo. Já a informação maliciosa [*malinformation*] opera no sentido contrário, visando o dano. As categorizações podem ser vistas com mais detalhes em Wardle e Derakhshan (2023).

Apesar do trabalho de Recuero (2025) tratar da desinformação disseminada nas redes sociais, a definição proposta em seu livro é adequada para pensarmos os editoriais, principalmente pela preocupação da autora em diferenciar a desinformação (conteúdo) e os sistemas de desinformação (ecossistema onde os conteúdos desinformantes circulam e estão inseridos). Em sua obra, Recuero (2025) discrimina três tipos discursivos de desinformação: *fake news*; teoria da conspiração e propaganda.

A primeira delas se tornou parte do imaginário social a partir das eleições de 2016 nos Estados Unidos. Na campanha eleitoral, Donald Trump acusou a imprensa hegemônica estadunidense de serem *fake news*, um recurso retórico para dizer que os veículos publicavam notícias falsas a seu respeito (Bennett; Livingston, 2018). A ação de Trump desencadeou ataques sistemáticos à imprensa *mainstream*, e o *modus operandi* foi incorporado por outros atores, como o ex-presidente do Brasil, Jair Bolsonaro (Varão, 2020).

Apesar do termo *fake news* ter se tornado popular, alguns pesquisadores questionam sua validade epistemológica. Para Wilson Gomes e Tatiana Dourado (2019), o termo se torna insuficiente quando utilizado para analisar conteúdos que não necessariamente correspondem à estrutura jornalística de uma notícia. Segundo os autores, nem toda informação falsa segue os padrões jornalísticos – caso dos *memes* (Santaella, 2018), por exemplo, que não se orientam, e nem buscam sequestrar a legitimação do Jornalismo. Outro ponto levantado pelos autores é a própria nomenclatura do conceito. Por se tratar de *news* [notícias], um gênero jornalístico que visa a verdade (Gauthier, 2015), o termo *fake news* seria uma contradição epistemológica, pois se são falsas, não são notícias (Gomes; Dourado, 2019).

Outro autor que corrobora o argumento de Gomes e Dourado (2019) é Carlos Pérez (2019), que sugere a substituição do termo *fake news* por desinformação. O pesquisador segue a linha de Gomes e Dourado ao afirmar que *fake news* não abrange todos os fenômenos que a desinformação consegue suportar. Outro motivo elencado por Pérez (2019), é que *fake news* aparece nos discursos de líderes populistas e da própria população como uma forma de jogar descrença sobre o trabalho dos jornalistas e do jornalismo como sistema perito (Pérez, 2019).

Recuero (2025), no entanto, considera as *fake news* como um braço da desinformação. Para a autora, as *fake news* são conteúdos falsos que mimetizam a estrutura de uma notícia, com o intuito de pegar para si a legitimidade do jornalismo, mas sem seguir os princípios da profissão, como a apuração, objetividade, e a principal: ter a verdade como dimensão ética (Cornu, 1999; Varão, 2020). O modelo econômico das plataformas, com base na visibilidade dos conteúdos, alterou completamente a produção das *fakes* e, consequentemente, do

jornalismo, que passou a valorizar os *clickbait*s – títulos chamativos, que prendem a atenção do leitor e o fazem clicar e visualizar o conteúdo (Recuero, 2025).

O segundo tipo de desinformação elencado por Recuero (2025) é a teoria da conspiração. De acordo com Cesarino (2022, p. 222) “os conspiracionismos seriam rumores que cresceram demais, ao extrapolar o domínio privado da mente cotidiana”. Esse tipo de desinformação gira em torno do rumor, de algo que estaria sendo escondido pelas elites e que a grande mídia supostamente não quer que o público saiba (Cesarino, 2022; Recuero, 2025). Letícia Cesarino (2022) afirma que o desafio de desmentir uma teoria da conspiração é quase impossível, pois além de se localizar na seara da especulação, ela recorta aspectos da realidade. Ou seja, mesmo que o discurso seja checado e a sua falseabilidade seja comprovada, a resposta é, na maioria dos casos: *é mentira, mas poderia ser verdade*.

Uma característica do pensamento conspiracionista é o de procurar explicações para acontecimentos: *se isso aconteceu, então...*

[...] conteúdos repetitivos em públicos conspiratórios treinam a cognição dos usuários a completar histórias de forma pré-consciente e automática. Assim, por exemplo, a justaposição entre um *print* anunciando a morte de alguém por ataque cardíaco e outro *print* dessa mesma pessoa mostrando o cartão de vacinação pode ser suficiente para estabelecer uma relação de causalidade entre os dois (Cesarino, 2022, p. 223).

As conspirações são respostas alternativas às epistemologias consolidadas, muitas vezes dando explicações a eventos ou fenômenos envolvendo grupos secretos. Um exemplo são as narrativas “algo que a mídia não quer te mostrar”, o que “eles não querem que você saiba”, entre outros enunciados típicos dos conspiracionistas. Os três eixos da conspiração giram em torno de “oposição ao *mainstream*, atribuição de culpa a indivíduos ou grupos e desvelamento de verdades escondidas” (Cesarino, 2022, p. 229).

Já a propaganda contém potencial desinformativo, diferenciando-se dos tipos discutidos anteriormente. Segundo Recuero (2025), a propaganda é utilizada na tentativa de persuadir uma pessoa a adotar determinado discurso ou visão de mundo. Geralmente este tipo de recurso é empregado na política com a intenção de desacreditar o adversário, mas não necessariamente envolve conteúdos falsos.

A propaganda, desse modo, é um conceito diferente daquele da desinformação, envolvendo o processo de influência e a estratégia como parte do conceito. Não é apenas um conceito relacionado ao objeto, mas também ao próprio processo e ao sistema desinformativo em si. Porém, poderíamos imaginar que elementos específicos sejam usados em pedaços de desinformação para construir determinadas

impressões nas pessoas. Por conta disso, mantivemos a propaganda como um tipo possível de desinformação (Recuero, 2025, p. 44-45).

São inúmeras as dimensões de análise possíveis sobre o dano de conteúdos falsos na vida democrática. Um exemplo é em momentos chave das democracias representativas, como as eleições (Chaves; Braga, 2019; Giordani, 2023). No Brasil, por exemplo, foram comprovados impulsionamento de conteúdos pró-Bolsonaro durante o pleito de 2018. Os materiais, que circulavam majoritariamente pelo *WhatsApp*, foram financiados por empresários apoiadores do ex-presidente⁶ e faziam campanha contra o candidato do Partido dos Trabalhadores, Fernando Haddad.

Outro exemplo notório é o da pandemia de Covid-19, com a circulação de desinformação nas redes sociais e a omissão do número de óbitos e internados por parte do Governo Federal. A não divulgação dos dados motivou a criação de um consórcio entre os veículos de imprensa para garantir ao público o acesso a informações sobre o impacto da covid e da vacinação (Ferreira; Christofolletti, 2024).

No entanto, a desinformação viola não apenas a dimensão ética do jornalismo (Varão, 2020), mas também o direcionamento da sociedade (Gomes, 2009; Han, 2022): a verdade. Uma das características da desinformação é deslocar a realidade, tirando o discurso do eixo e deixando a barreira entre verdade e mentira cada vez mais porosa, praticamente invisível (Varão, 2020; Han, 2022; Cesarino, 2022).

O apagamento dessa diferença é o que deixa a sociedade sem orientação, pois a verdade mantém “a sociedade junta na condição de uma convenção necessária” (Han, 2022, p. 83). Segundo Byung-Chul Han (2022), a desinformação não envolve apenas a mentira, mas um ataque aos fatos, desenvolvendo uma negação à própria realidade. Para o autor, esse fenômeno é pior do que a mentira.

Essas características direcionam o corpo social para um contexto de pós-verdade e crise dos sistemas peritos (Cesarino, 2022; Miguel, 2022), onde discursos desinformantes, conspiratórios e alternativos substituem epistemologias consolidadas. A realidade está sempre em movimento, e cada grupo tem sua forma de apreensão, interpretação e representação, no entanto, certas verdades foram sendo estabilizadas e sendo compartilhadas socialmente. A pós-verdade desestabiliza esses sistemas. A crise no conhecimento científico reverbera em todos os sistemas perito (Cesarino, 2022).

⁶ Disponível em:

<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/empresarios-bancam-campanha-contra-o-pt-pelo-whatsapp.shtml>.

Esses discursos anticiência e a deslegitimação dos sistemas peritos é recorrente na esfera pública. A problemática atual, de acordo com Cesarino (2022), é que a digitalização auxilia no eco dessas práticas discursivas impulsionadas pelo algoritmo, que acha pessoas com pensamentos similares e as reúne em câmaras de eco. A proliferação desses discursos abre brechas para o que Cesarino (2022) chama de *mercadores da dúvida*, usuários que viralizam ideias falaciosas sobre vacinas, aquecimento global, entre outras pautas.

Quando a verdade está em crise, todas as instituições que produzem conhecimento também acabam em crise (Cesarino, 2022). Essa porosidade entre verdade e mentira, aliada à descredibilização dos sistemas peritos, deixa a população sem orientação, pois a verdade é o equilíbrio e um caminho para onde as pessoas poderiam seguir (Gomes, 2009). Quando o horizonte é perdido, origina-se uma *sociedade da desconfiança* inundada por informação, mas sem saber se orientar no meio dessa abundância de conteúdos (Han, 2022).

As redes sociais colaboram para a solidificação da *sociedade da desconfiança*. Por serem espaços com pouca ou quase nenhuma regulação, – e sem a mediação dos sistemas peritos (Cesarino, 2022) – as plataformas são áreas frutíferas para a circulação de desinformação e conteúdos conspiratórios (Habermas, 2023). Por mais que existam iniciativas de combate à desinformação como a checagem de fatos, a desinformação que circula na *internet* precisa de outros métodos para ser desmentida (Moretzsohn, 2019). Existem casos em que as informações falsas não são possíveis de ser desmentidas porque se baseiam em aspectos da realidade (Han, 2022), além de apelarem às crenças individuais (Grignolio; Morelli; Tomiello, 2022).

A falta de mediação dos sistemas peritos dentro das redes sociais também provoca um outro fenômeno elencado por Cesarino (2022). De acordo com a autora, “as eu-pistemologias emergem a partir da crise de confiança nas formas de produzir realidade a partir do método científico, avançando em seu lugar a legitimidade da experiência individual, da trajetória de vida, dos sentidos imediatos, dos afetos e das intuições” (Cesarino, 2021, p. 80). Um exemplo dado pela pesquisadora é o de relatos das pessoas que não foram afetadas pela ditadura militar no Brasil serem uma espécie de refutação ao *discurso esquerdista* de que houve torturas e mortes orquestradas pelo Estado no período (Cesarino, 2021).

A lógica da eu-pistemologia é a experiência individual estar acima das informações produzidas pelos peritos. Seguindo a lógica de quanto menos mediações, mais credível para o usuário, pois quando há muita curadoria dos sistemas peritos ela fica suscetível às explicações conspiratórias (Cesarino, 2022). Um ponto a se destacar é o empoderamento do usuário nas redes sociais, onde qualquer pessoa é um produtor de conteúdo em potencial (Habermas,

2023), podendo até se tornar um influenciador e uma referência capaz de produzir uma comunidade em torno de seu discurso, criando um novo tipo de sistemas de peritos.

[...] novos mediadores passam a articular as escalas individual e holística (ou local e global). Esse novo sistema de peritos, ainda emergente, desloca a confiança social para outros lugares. Um deles são indivíduos que organizam a segmentação de redes: influenciadores, *coaches*, gurus. Os tipos de organização coletiva que daí emergem diferem dos modelos de reconhecimento universal privilegiados pelo sistema preexistente, sendo mais próximos do modelo de reconhecimento bifurcado. Sua forma prototípica parece ser a família, que inspira outras formações como as igrejas, empresas, redes pessoais e de trabalho, e suas múltiplas variações em pequenos ‘cultos’, das *funbases* de *youtubers* ao *crossfit* (Cesarino, 2022, p. 242).

Pelos tópicos trazidos até aqui, é notável o impacto negativo da desinformação na esfera pública. A acelerada disseminação desses conteúdos desloca a realidade e deixa cada vez mais tênue a diferença entre verdade e mentira (Han, 2022), colocando a sociedade em um contexto de pós-verdade, onde a experiência individual se sobressai ao conhecimento produzido pelos sistemas peritos (Cesarino, 2021; 2022). Tudo isso circula em um ambiente digital sem mediação e com pouca regulação no combate desses conteúdos (Habermas, 2023), o que acarreta em uma crise das instituições produtoras de conhecimento (Cesarino, 2022).

Uma dessas instituições que tem a verdade como dimensão ética é o jornalismo (Cornu, 1999; Varão, 2020). Assim como outros sistemas peritos, o jornalismo passa por uma crise multifacetada (Christofolletti, 2019), tendo a desconfiança como um dos eixos, pois a desinformação corrompe a principal matéria-prima do jornalismo: a informação verdadeira (Gauthier, 2015). De acordo com Daniel Cornu (1999), a notícia que não está direcionada para a verdade, nem que seja de forma parcial, não pode ser uma informação. Os veículos de mídia que não seguem em direção da verdade não produzem informação, mas sim desinformação.

A verdade é um dos conceitos mais estudados da história, partindo da filosofia grega clássica até os dias de hoje em um ecossistema completamente digitalizado (Gauthier, 2015; Han, 2022). Por essas características é uma terminologia em torno da qual há poucos consensos. Mas quando ela é discutida dentro da epistemologia do Jornalismo, é tratada de maneira superficial, sem adentrar em outras vertentes de conhecimento sobre o conceito (Tambosi, 2007). Em seu artigo, Orlando Tambosi (2007) traz três teorias da verdade: a coerentista, a pragmática e a de correspondência. Segundo o pesquisador, a que mais se encaixa com o jornalismo é a verdade-correspondência, pois é o tipo de discurso que precisa ser compatível com a realidade.

O pesquisador Gilles Gauthier (2015) afirma que a realidade existe antes mesmo da verdade, e que esta realidade se encontra ali, independente do jornalismo, pois primeiro o profissional se depara com o acontecimento, para depois relatá-lo. Portanto, o trabalho do jornalista é “um ato assertivo. Ele é usado para explicar estados de coisas cuja característica é ser uma novidade relativa e de interesse público” (Gauthier, 2015, p. 209).

Outro aspecto da produção de conhecimento feita pelo jornalismo é o ajuste à linguagem-mundo, com a informação sendo verdadeira, caso se adeque à realidade que relata: “A verdade, como propriedade daquilo que é verdadeiro, é simplesmente esse *desvelamento* da realidade que se releva por meio do ajustamento, da adequação entre o que se diz e o que as coisas realmente são” (Gomes, 2009, p. 12).

Com um viés foucaultiano, Franzoni, Ribeiro e Lisboa (2011) encaram o jornalismo como uma prática discursiva, portanto, observam a ideologia e como um discurso é alçado ao posto de verdadeiro ou falso. De acordo com as autoras, “são as relações de poder e o contexto histórico que movem a ‘verdade’ nos discursos” (Franzoni; Ribeiro; Lisboa, 2011, p. 48). Foucault considera a verdade como um consenso a depender do contexto social e histórico. Porém, diferente de Habermas (2021) que traz o agir comunicativo como um processo para o consenso e o equilíbrio público, Foucault observa a verdade como uma disputa de poder, e o jornalismo produz a verdade a partir da realidade na qual está inserido (Franzoni; Ribeiro; Lisboa, 2011).

[...] as fontes oficiais, que na maioria das vezes detêm o poder econômico e político, contribuem para a instauração de uma ordem discursiva, que será a predominante no campo jornalístico. A detenção do poder, neste caso, lhes assegura um lugar privilegiado na esfera jornalística, que se torna dessa maneira reprodutora de uma visão hegemônica. Esse retrato da realidade social feito pelo jornalismo, porém, pode ter pouco a ver com os interesses do cidadão ou com a complexidade social (Franzoni; Ribeiro; Lisboa, 2011, p. 50).

Portanto, para o discurso jornalístico se tornar credível na esfera pública, é necessário que o interlocutor perceba que o conteúdo do jornal corresponde à realidade da qual ele trata (Gauthier, 2015). Essa correspondência entre realidade social e midiática é o que sela o contrato de leitura firmado entre o veículo e seus consumidores (Franzoni; Ribeiro; Lisboa, 2011; Christofolletti *et al.*, 2024).

O estabelecimento de confiança entre jornal e seus leitores “envolve expectativas de honestidade e boas intenções e de conhecimento e habilidades, avaliadas de acordo com a natureza do vínculo que será ou já está estabelecido” (Christofolletti *et al.*, 2024, p. 129). A confiança é o que confere credibilidade aos jornais, mas estes não são sinônimos. Enquanto

confiança trata desse contrato entre duas partes, em que há uma vulnerabilidade naquele que estabelece essa relação, no sentido de que ele coloca sua confiança na expectativa de que a outra pessoa e/ou instituição corresponda, a credibilidade trata da atribuição dada pelo público de que aquele veículo é credível (Christofoletti *et al.*, 2024).

A credibilidade é conquistada a longo prazo, pois

À medida que os meios de comunicação se mostram confiáveis, podem lhe ser atribuídas certas credenciais de prestígio e autoridade, emblemas extensivos às marcas jornalísticas e a seus profissionais. Assim, a credibilidade jornalística parece ser um ativo que se consolida com a passagem do tempo, com o acúmulo e a manutenção contínua de elevados graus de confiança pública das notícias, nos jornalistas e nas marcas ou veículos (Christofoletti; Becker, 2024, p. 35).

Ser credível é o que legitima e autoriza o jornalismo a ser uma instância segura para informar a sociedade (Christofoletti, 2019), mas a desinformação desloca essa percepção e instaura crises nas instituições produtoras de conhecimento, fundamentais para a saúde de uma democracia (Varão, 2020; Cesarino, 2021). O jornalismo trabalha em formas de combater esses fenômenos desinformantes. As alternativas mais populares são a checagem de fatos e a educação voltada para as mídias (Recuero, 2025).

Entretanto, o jornalismo procura outras formas de se legitimar socialmente frente ao contexto atual. Um deles é reivindicar sua autoridade. O trabalho de Giulia Fontes (2022) analisou os editoriais dos *quality papers* na primeira metade do Governo Bolsonaro, com o objetivo de identificar os principais elementos de autoridade mobilizados. Entre os achados de Fontes (2022), estão o acionamento dos princípios da profissão, como a apuração e a objetividade; além de expor os prêmios recebidos pela redação.

Se tratando exclusivamente de jornalismo opinativo e *fake news*, a pesquisa de Jamil Marques *et al.* (2023) analisou 375 editoriais d'O Estado de S.Paulo, Folha de S.Paulo e O Globo, para saber como eles se posicionavam a respeito da desinformação. Os pesquisadores constataram a demarcação do jornalismo como uma instituição com credibilidade para a produção de informações. Os jornais também afirmaram serem vítimas de ataques de líderes populistas, mas em contrapartida, os veículos não responderam às ofensivas, postura parecida com os jornais dos Estados Unidos, que não reagiram às mentiras ditas por Donald Trump (Christofoletti; Becker, 2024).

Essa passividade e suposto equilíbrio é vista como um desperdício do potencial do jornalismo opinativo, que diferente dos gêneros informativos, tem mais liberdade para discutir temas relacionados a acontecimentos e atores políticos (Silva *et al.*, 2022; Pereira, 2023). Na posse de Jair Bolsonaro, em 2018, ao invés de discutirem aspectos como o preconceito às

minorias e as ameaças à democracia (Mendes; Silva, 2022), os *quality papers* brasileiros falaram sobre as expectativas de melhora na economia que seriam implementadas pelo ex-ministro Paulo Guedes (Silva *et al.*, 2022).

Os principais jornais brasileiros, ao estarem inseridos em um contexto empresarial, de culto ao neoliberalismo (Albuquerque, 2022), impõem uma agenda de interesses privados como se fossem públicos (Gomes, 2008), perdendo o potencial crítico do gênero, e transformando-se em um texto propagandístico de uma determinada ideologia. Isso explica a baixa pluralidade e, conseqüentemente, os vieses desses assuntos (Melo, 2003), mas também das representações que os jornais investem sobre determinadas figuras políticas, como Lula da Silva, por exemplo, um alvo constante de críticas dos *quality papers* brasileiros (Azevedo, 2018).

Se voltarmos ao conceito de propaganda trazido por Raquel Recuero (2025), como algo no intuito de persuadir, aliado ao fato do editorial ser uma sentença (Guerreiro Neto, 2016), até que ponto o gênero pode cruzar a fronteira da opinião e se tornar uma desinformação? Até que ponto os textos podem trazer representações equivocadas sobre a sociedade, ou até mesmo atores políticos frequentemente criticados, como Lula da Silva? Vimos anteriormente que o jornalismo opinativo já utilizou a retórica da *vontade do povo* para emplacar a ideia da ditadura militar na esfera pública (Santos; Costa, 2022), será que isso é feito também com figuras públicas?

A partir das discussões deste capítulo, é notável que o editorial não vive o auge do século XIX, com uma imprensa predominantemente opinativa. No entanto, por se tratar da opinião da empresa, constitui-se uma matéria-prima para diagnosticar a ideologia do jornal (Azevedo, 2018), pois é onde o veículo procura direcionar os atores políticos sobre como eles devem agir (Guerreiro Neto, 2016), na intenção de ter alguma influência nas esferas pública e política. Portanto, no próximo capítulo serão discutidos os aspectos da esfera pública habermasiana, as diferentes formas de deliberação da opinião pública, além de um estado da arte de 10 anos sobre a agenda de pesquisas referentes a editoriais no Brasil.

3 EDITORIAL, OPINIÃO PÚBLICA E IMAGEM PÚBLICA

Neste capítulo são discutidos conceitos fundamentais para esta dissertação. O primeiro deles é a opinião pública, suas diferentes formações e como o jornalismo se relaciona com esse processo. Parte-se das interpretações de Jürgen Habermas (2014, 2021, 2023) sobre a deliberação a partir do debate de ideias na esfera pública, seguindo para a influência da opinião publicada (Gomes, 2008, 2009) e das pesquisas de opinião (Figueiredo; Cervelini, 1995; Moretzsohn, 2007).

O segundo é a imagem pública, considerada uma derivação da opinião pública e constituída na recepção na esfera pública. De acordo com Wilson Gomes (2004; 2025) e Maria Helena Weber (2004, 2009, 2025), a imagem pública é formada por aspectos discursivos, ações dos atores, etc. Portanto, não se trata de algo visual, mas sim conceitual.

Para explicitar as contribuições que esta pesquisa pode trazer ao campo do Jornalismo, fez-se um estado da arte que abrange um recorte de 10 anos (2013 – 2023) dos estudos brasileiros sobre editoriais, além de um resgate histórico da relação da imprensa – em especial d’*O Estado de S. Paulo* – com o político Luiz Inácio Lula da Silva.

3.1 OPINIÃO PÚBLICA A PARTIR DA ESFERA PÚBLICA

Dos caminhos teórico-metodológicos disponíveis para os pesquisadores em comunicação, o conceito de esfera pública do sociólogo Jürgen Habermas é uma escolha interessante para identificar disputas, conflitos e atores, além de ter a comunicação como objeto central para entendermos essas complexidades (Weber; Locatelli, 2022). Outra vantagem da teoria habermasiana apontada por Carlos Locatelli (2011) é a atualização feita pelo próprio Habermas a partir das críticas de outros autores e das próprias mudanças sociais acontecidas ao longo do tempo.

Em *Mudança Estrutural da Esfera Pública*, Habermas (2014) traz uma perspectiva pessimista da esfera pública, causada pelas mudanças no ecossistema midiático com a chegada dos meios de comunicação de massa (MCM). Quando a imprensa ainda operava de maneira opinativa, Habermas (2014) aponta que a partir dos artigos publicados criava-se arenas entre os próprios jornais, que debatiam, a partir de uma visão privada, questões de interesse público, municiando as pessoas, que utilizavam os argumentos em espaços de discussão pública (Mendonça; Aggio, 2021).

Entretanto, com a massificação da imprensa, Habermas argumenta que, ao invés de dar enfoque aos assuntos do interesse público, a imprensa agora se preocupava com o lucro. Essa alteração econômica do jornalismo não mudou somente o ecossistema midiático, mas causou uma metamorfose social e política, visto que políticos também passaram a utilizar ideias massificadas.

A noção de publicidade – provinda do viés kantiano de tornar público para o conhecimento de todos – assumiu estruturas de publicidade-propaganda, servindo apenas para apreciação dos públicos. A comunicação também sofreu mudanças: o que antes era para fins de esclarecimento, uma arena discursiva pública entre indivíduos privados, tornou-se uma comunicação para fins coercitivos. Essas mudanças estruturais corromperam a normatividade da esfera pública, ou seja, o que ela deveria ser (Mendonça; Aggio, 2021).

A esfera pública de Habermas não funciona de forma institucional ou organizacional, pois não opera necessariamente em uma estrutura física, não podendo ser definida como algo único, pois pode ser produzida, abstrata ou episódica⁷. Portanto, pode ser encarada como uma “entidade espaço-temporal”, onde são debatidos assuntos públicos de forma argumentativa, racional e pública, de maneira que os cidadãos possam participar em situação de paridade. A princípio, esfera pública não seria afetada por fatores não-comunicativos, sendo assim respeitada a lei do melhor argumento de questões discutidas à exaustão, formando assim a opinião e a vontade públicas (Gomes, 2008; Locatelli, 2011; Habermas, 2014).

Wilson Gomes (2008) afirma que, para Habermas, não há dúvidas de que a discussão dos assuntos é mais importante que a visibilidade, pois quanto mais exaustivo o debate, com posições e contraposições, maior a qualidade da opinião pública e da deliberação à esfera da tomada de decisão política. Essa normatividade, muitas vezes alvo de críticas, pode ser uma alternativa não para ver se as “regras” citadas por Habermas de fato acontecem na realidade, mas para ter uma noção da qualidade do debate público, da opinião pública e da tomada de decisão (Weber; Locatelli, 2022).

Para o Habermas de *Mudança Estrutural*, a chegada dos meios de comunicação de massa retiraria a discussão da maneira em que são formadas a opinião e a vontade públicas. De agora em diante a publicidade seria apenas para aclamação e a opinião pública seria fabricada e manejada (Mendonça; Aggio, 2021).

A percepção de Habermas muda consideravelmente em *Facticidade e Validade*, onde encontra sua versão madura, conforme apontado por Gomes (2008) e Locatelli (2011). Na

⁷ Habermas (2014, 2021) entende que a esfera pública pode ser organizada – eventos e reuniões –, abstrata – quando é mediada pelos meios de comunicação – e episódica – encontros esporádicos (Gomes, 2008).

obra, Habermas (2021) passa a perceber os meios de comunicação de massa como uma possibilidade eficaz de inclusão e alargamento do debate público, criando assim uma esfera pública abstrata mediada pelos *media* (Gomes, 2008). Esse alcance propiciado pela mídia é altamente disputado por diversos grupos da sociedade civil, que traz suas pautas para a esfera da visibilidade midiática para participar do debate público, ocupado em boa parte pelas elites (Maia, 2008; Gomes, 2009).

Mas apesar de reconhecer que os MCM amplificam a visibilidade de questões concernentes ao público, a preferência de Habermas é clara: a participação na discussão pública é sempre mais importante, pois confrontar as opiniões é o que vai qualificar o debate, e por consequência a opinião pública. A exigência não é de uma discussão feita de qualquer maneira, mas que essas arenas alcancem um bom nível discursivo, onde aconteça a “racionalidade ou razoabilidade das trocas públicas de argumentos, razões e contribuições, e o nível de aproximação das discussões do esgotamento do assunto e da discordância materializada em argumentos” (Gomes, 2008, p. 95).

Se na época da publicação de *Facticidade e Validade* um lugar na mídia de massa era disputado principalmente pela sociedade civil, para ecoar as pautas concernentes às margens, hoje, com as redes sociais, todos podem virar autores e participar do debate de uma esfera pública (Habermas, 2023). Levando em conta as mudanças tecnológicas e comunicacionais do século XXI, Habermas identifica, em 2023, *Uma Nova Mudança Estrutural da Esfera Pública*, onde os limites foram dilatados e fragmentados pela “nova mídia”.

A ascensão da nova mídia está ocorrendo à sombra de uma exploração comercial da comunicação de rede que, por enquanto, está pouco regulamentada. Por um lado, isso ameaça retirar a base econômica dos editores e dos jornalistas tradicionais como o grupo profissional competente; por outro lado, parece que se impõe entre os usuários exclusivos da mídia social um modo de comunicação semipública, fragmentada e que gira em torno de si mesma, o que deforma sua *percepção da esfera pública política* como tal (Habermas, 2023, p. 29).

Habermas (2023) destaca o aspecto revolucionário desse novo ecossistema midiático, principalmente pela quantidade dos serviços de comunicação, causando uma ruptura que, além de influenciar a mudança na esfera pública, interroga a qualidade da deliberação oriunda do debate público que não tem como ser medida. No entanto, Habermas (2023) infere que os sinais da regressão política são latentes. O autor tem mais dúvidas que certezas sobre a participação na formação da opinião pública e do uso da razão nas opiniões circulantes.

embora os dados sobre o uso da mídia estejam disponíveis, é difícil operacionalizar uma medida teórica como ‘qualidade deliberativa’, tanto para a formação da opinião regulamentada por procedimentos jurídicos em corporações específicas, como

comissões, parlamentos ou tribunais, quanto – nesse caso, ainda mais difícil – para os processos de comunicação não regulamentados nas esferas públicas nacionais de grande escala (Habermas, 2023, p. 56-57)

Duas questões são mobilizadas por Habermas (2023): uma delas é que o surgimento das redes sociais trouxe novas lógicas comunicacionais. Anteriormente, havia um emissor para leitores, telespectadores, ouvintes etc. Neste momento a configuração é outra, as pessoas continuam recebendo conteúdos, mas agora elas podem produzir, expor suas opiniões e isso, segundo Habermas (2023), realizava os desejos da esfera pública burguesa, onde todos os participantes tinham as mesmas oportunidades e os mesmos direitos.

Entretanto, esse caráter antiautoritário, de que agora a comunicação não seria mais mediada pelos MCM foi freado pelas *big techs*, formando o que Habermas (2023, p. 78) chama de “esferas semipúblicas” ou “semiprivadas”, discussões que acontecem nas redes, – uma esfera que deveria ser universal – mas que acaba compactando as pessoas em câmaras de eco que competem umas com as outras.

Ao longo dos anos, Habermas (2023) desenvolveu diferentes concepções sobre a formação da opinião pública. O autor entende que a discutibilidade dos assuntos até a exaustão formará uma opinião pública com maior qualidade. No entanto, a chegada dos meios de comunicação de massa e das redes sociais alteraram a visibilidade e publicidade dos assuntos, causando assim uma nova configuração na arena argumentativa e, conseqüentemente, alterando as maneiras de formar a opinião pública, fragmentando-a.

O jornalismo é um desses atores que tentam influenciar a opinião pública a partir de posicionamentos que podem ser identificados em todas as seções do jornal, em algumas de maneira mais explícita, como o caso das páginas opinativas (Chaparro, 2008; Pereira, 2023). As visões de mundo publicadas nos espaços opinativos, seja pelo próprio veículo nos editoriais, ou por colunistas, é chamada de opinião publicada.

Diferente da opinião pública discutida neste tópico, a opinião publicada não visa a discussão na esfera pública, mas sim a visibilidade e adesão dessas opiniões (Gomes, 2009). O objetivo do jornal é transformar opiniões privadas em públicas sem que essas passem pelo escrutínio público, utilizando a credibilidade do veículo para maior penetração e aceitação dessas visões de mundo.

No próximo tópico, discutiremos a opinião publicada, as pesquisas de opinião e a maneira pela qual elas colaboram para a constituição de acontecimentos e da imagem pública de atores políticos.

3.2 OPINIÃO PUBLICADA E PESQUISAS DE OPINIÃO

Como grande parte dos conceitos das ciências sociais, a opinião pública é uma terminologia estudada por diversos campos, desde a Ciência Política até a Psicologia Social, resultando em um conceito com muitas definições e poucos consensos. Esse desacordo pode ser uma armadilha para o pesquisador, que corre o risco de ser reducionista ou generalista ao tratar do assunto (Figueiredo; Cervellini, 1995). Por conta da abrangência de interpretações, existem várias correntes de pesquisa sobre o fenômeno. A partir de um levantamento bibliográfico, Luis Martino e Ângela Marques (2020) elencaram três principais correntes dos estudos de opinião pública e o papel da mídia em cada uma.

A primeira é a opinião pública resultante do debate, abordada no tópico anterior a partir das contribuições de Jürgen Habermas (2014, 2021, 2023) e alguns de seus comentadores. A outra diz respeito à opinião pública como uma disputa de sentidos dentro de um ecossistema comunicacional distorcido e ideológico. Entretanto, a discussão a ser empreendida aqui é sobre uma das correntes mais clássicas dos estudos sobre opinião pública, em que ela é vista como resultado das ações da mídia.

O pioneiro dessa perspectiva foi Walter Lippman, com a obra *Opinião Pública*. O livro inaugurou uma interpretação até então inédita sobre a influência dos meios de comunicação na opinião pública. Com a sua capacidade de alargar a esfera da visibilidade, os *media* “são veículos de valores, crenças e ideias responsáveis pela formação de opiniões disseminadas indiscriminadamente por toda a população” (Martino; Marques, 2020, p. 67). O lugar ocupado pela mídia na teoria de Lippman é a de reprodutora de estereótipos, atalhos mentais que reduzem a “complexidade social, a partir do qual é possível entender rapidamente a realidade ao redor” (Martino; Marques, 2020, p. 67).

Como visto na teoria habermasiana, a imprensa possui a capacidade de amplificar certos assuntos, assim promovendo um debate público mais visível e inclusivo. No entanto, os veículos jornalísticos também publicam suas opiniões, seja a partir de seus editoriais, ou colunas, onde especialistas são chamados para escrever a respeito de alguma pauta. Essa prática, denominada opinião publicada, são opiniões fabricadas que por conta de sua extrema visibilidade têm grande capacidade de adesão pelas pessoas (Gomes, 2008).

Elas não necessariamente precisam passar pelo escrutínio e debate públicos, mas podem se basear em trações da opinião, discussão e cena pública vigentes (Gomes, 2008). O jornalismo, por meio de seus produtos opinativos, usa a opinião pública como um recurso retórico no intuito de mostrar que a visão de mundo do jornal é compartilhada pelo povo,

como visto no artigo de Cynthia Santos e Alessandra Costa (2022) sobre os editoriais da *Folha de S. Paulo* pré-golpe e durante o governo militar no Brasil. As pesquisadoras identificaram que a *Folha* clamava que a ditadura militar era uma vontade da opinião pública.

Portanto, as opiniões publicadas estão disponíveis nos chamados “mercados de opiniões” (Gomes, 2009, p. 106), pois elas não estão ali para serem discutidas, apenas para serem contempladas e aderidas em caso de concordância. É importante não reduzir o público como se fosse uma folha em branco, onde as ideias são apenas inseridas; as pessoas possuem senso crítico de experiências anteriores e um “repertório prévio de juízos, convicções, noções e saberes com que haverá de negociar qualquer posição conceitual nova” (Gomes, 2009, p. 107-108).

Para Habermas, a opinião pública considerada é a oriunda da discussão pública. No entanto, Gomes (2008) é cético sobre o impacto da opinião pública discutida racionalmente no sistema político. Segundo ele, a opinião publicada e as pesquisas de opinião podem ser mais eficazes que a defendida pelo sociólogo alemão. A opinião publicada carrega a visibilidade e a credibilidade do jornalismo e dos meios de comunicação de massa. As pesquisas são ainda mais diretas, tendo ainda mais penetração no sistema político (Gomes, 2008). É claro que a discussão trazida por Wilson Gomes é anterior às redes sociais, mas é importante levar em conta, conforme Marcionize Bavaresco (2023), que o jornalismo, por conta de atributos como credibilidade e legitimidade, possui uma penetração maior na esfera política do que as opiniões de um usuário qualquer.

As pesquisas de opinião adquirem relevância em diferentes momentos políticos, como em eleições. Elas são úteis para avaliar a popularidade do presidente, governador ou prefeito, ou sobre qualquer outro assunto que tenha o mínimo de interesse do público (Gomes, 2009). Por sua facilidade de uso pelos meios de comunicação, por serem, no geral, respostas objetivas sobre determinada pauta, as pesquisas são usadas em notícias e também nas opiniões publicadas. Todavia, de acordo com Wilson Gomes (2009), esse método é uma via de mão-dupla: sobrevive entre críticas e exaltações.

Uma das críticas mais conhecidas a respeito das pesquisas de opinião é a de Pierre Bourdieu com seu texto *A Opinião Pública Não Existe*. No ensaio, o sociólogo francês afirma que as pesquisas deixam subentendido que há um consenso público sobre a importância do tema tratado. Além disso, é servido uma espécie de “cardápio de respostas” aos entrevistados, que estão limitados a alternativas que eles não responderiam em uma situação casual (Figueiredo; Cervellini, 1995; Moretzsohn, 2007). De acordo com Sylvia Moretzsohn (2007), as pesquisas induzem a respostas genéricas para evitar a “não-resposta”. Mas segundo Gomes

(2009), nessas pesquisas até mesmo a “não-resposta” acaba sendo uma resposta, como o extrato de pessoas que respondem “não sei” quando perguntadas em qual candidato irão votar.

Moretzsohn (2007) considera que as pesquisas analisadas por Bourdieu não são as pesquisas de opinião feitas atualmente. As realizadas hoje, com toda a tecnologia disponível, dispõem de uma metodologia elaborada e da midiaticização das pesquisas, muitas vezes sendo transformadas em verdadeiros acontecimentos pela mídia, como a queda de popularidade de um governo, por exemplo. Conforme Moretzsohn,

essa busca da interação com o público acaba tendo o efeito de fornecer uma ilusão de participação, ao mesmo tempo que garante, para quem promove a pesquisa, o argumento também falacioso de que, afinal de contas, a missão (de consultar o público e estimular a sua manifestação) foi cumprida (Moretzsohn, 2007, p. 169).

No entanto, pesquisadores como Rubens Figueiredo e Sílvia Cervellini (1995) apontam para a importância das pesquisas de opinião para a possibilidade de ter noção de como a sociedade está pensando em determinado momento.

Daí a importância das pesquisas, pois elas são capazes de expressar aspectos latentes do conjunto dos pensamentos individuais e, portanto, da própria sociedade. Talvez possamos dizer que as pesquisas são uma das formas em que a deliberação ocorre hoje em dia, funcionando como veículos de troca de informações sobre temas que já estão sendo discutidos e pensados por alguns grupos ou pessoas, mas que nem por isso são totalmente estranhos aos outros (Figueiredo; Cervellini, 1995, 177-178).

Apesar de Habermas dizer que as pesquisas mostram a opinião comum e não a opinião pública, elas podem servir como um termômetro da sociedade e, em contextos eleitorais, antecipar o que há por vir. São úteis para avaliação de governos, confiança no presidente, prefeito ou governador, aspectos que vão também constituir ou reforçar facetas da imagem pública dos atores. Isso porque as pesquisas, quando veiculadas pelos veículos, podem ganhar força de acontecimento, influenciando a percepção pública sobre algum político, alterando assim aspectos de sua imagem.

Vimos nesse tópico as características da opinião publicada e das pesquisas de opinião. A primeira é a opinião privada publicada com o intuito de se tornar uma opinião pública. Não há discussão das ideias, como no conceito defendido por Habermas; é uma publicidade com o objetivo de aclamação para adesão ou não. No caso das pesquisas de opinião, as enquetes podem servir para a criação de factoides e acontecimentos, como a queda de popularidade de governos e governantes, crises de confiança, conforme exposto por Moretzsohn (2007); aspectos que servem para a constituição de facetas da imagem pública de um ator político, conceito a ser aprofundado no próximo tópico.

3.3 A CONSTITUIÇÃO DA IMAGEM PÚBLICA E O PAPEL DO JORNALISMO

Desde a consolidação dos meios de comunicação de massa, a constituição, circulação e gestão da imagem pública se tornou um aspecto crucial na esfera política, mobilizando profissionais especializados para trabalhar em cada etapa, desde a produção até a possibilidade de estabelecimento dessas imagens na esfera pública (Gomes, 2004). Apesar de ela ser elaborada em diferentes níveis e contextos, a imagem pública acontece ou se realiza é na recepção dos públicos, que, a partir de juízos e experiências prévias, formarão opiniões a respeito da imagem veiculada (Gomes, 2004; Weber, 2009). Ou seja, conforme Wilson Gomes (2004), mesmo com a estratégia de construção mais complexa, a forma de apreensão dos públicos é subjetiva, ela pode ser direcionada a partir de códigos cognitivos, mas o sucesso desse direcionamento é incerto.

Wilson Gomes (2004) descreve algumas etapas importantes da produção até a constituição da imagem pública. A primeira delas acontece a partir dos especialistas, os chamados *image makers*, profissionais responsáveis pelas constantes construções e (des)construções da imagem, pela publicização e omissão de determinados aspectos, características e acontecimentos da vida política e privada, criando assim uma imagem coerente com o que aquele político representa, quem ele deseja representar e o cargo que almeja, pois a constituição da imagem nem sempre é sobre o que é, mas sobre o que deve ser, sobre suprir as necessidades de algum contexto ou as exigências do posto a ser disputado (Weber, 2025).

É importante salientar que todas as ações de um político tornadas públicas são somadas à sua imagem pública, por isso existem profissionais especializados na assessoria de atores políticos, que cuidam de cada passo de seu assessorado. No entanto, nem todas as ações cotidianas podem ser calculadas, pois pode haver imprevistos, entre outros fatores que podem alterar a imagem de algum ator ou instituição. Com as falas, não é diferente. Para Gomes (2004), o discurso político possui dois *drives*: o primeiro é o discurso na sua função primordial, gerar reação, realmente *dizer algo*, uma ação, um plano de governo. O outro *drive* é o discurso com a intenção de produzir imagem, esse mais usual da classe política. É importante salientar que o primeiro *drive* também pode produzir imagem, mesmo que este não seja o objetivo principal.

Características visuais e físicas também importam para a elaboração de uma imagem pública, mas não a constituem por si só, pois diversos fatores são acionados, como o “que ele

diz ou do que é dito sobre ele, do que ele faz, da sua capacidade reconhecida de fazer e do que dele é feito e, enfim, a partir do modo como ele se apresenta: roupas, embalagens, *design*, arquitetura, logo, símbolos, emblemas, posturas corporais, aparência exterior” (Gomes, 2004, p. 268).

A segunda etapa da produção da imagem pública é a midiaticização dessa imagem feita pelos meios de comunicação de massa. Nessa fase, conforme Wilson Gomes, os meios recebem, interpretam e (re)modelam a imagem conforme os diferentes gêneros e formatos jornalísticos. Em uma notícia, por exemplo, pode se ter uma construção mais sutil ou objetiva, pois no jornalismo chamado informativo não é usual a utilização de juízos de valor, adjetivações, etc. Entretanto, a constituição pode ser feita de outra forma: fontes mobilizadas para falar da figura política retratada; enfoque da notícia, entre outros recursos (Weber, 2004). Nos conteúdos opinativos, como em editoriais, a constituição da imagem pública é mais evidente, pois recursos linguísticos raramente vistos em notícias e reportagens, como os antes mencionados, podem ser usados em editoriais, por exemplo (Pereira, 2023).

Assim como os *image makers* tentam induzir a recepção a aceitar determinada imagem pública, com a imprensa não é diferente. Vê-se aí a importância da fabricação de uma imagem pública coerente não só no momento, mas no tempo, por isso ela deve ser gerida constantemente, pois um acontecimento, ou uma ação considerada um “desvio” da imagem construída pode ocasionar uma crise de imagem. Para Maria Helena Weber (2004, p. 260) descreve a constituição da imagem pública como um processo de “construções e desconstruções de verdades, realidades e de legitimidade, tanto de quem fala sobre si próprio, como sobre os próprios espelhos – mídias, espaços, palcos”. Ou seja, se a imprensa “sequestra” (Gomes, 2008; Locatelli, 2011) uma pauta que é de interesse público, mas estava em sigilo, como um caso de corrupção, por exemplo, é um acontecimento que coloca em xeque a imagem construída na primeira instância (Gomes, 2025).

Como destaca Maria Helena Weber, a imagem está em constante disputa na esfera da visibilidade, espaço onde diversos atores lutam para construir a imagem predominante. Incluídos nesses confrontos estão a imprensa - tanto a produção do jornalismo informativo quanto o opinativo, a exemplo dos editoriais, que estudamos na presente pesquisa. Estão também influenciadores, adversários e, claro, o próprio político, que luta para manter o controle da sua imagem, que pode ser perdido (Weber, 2025). Importante destacar que a constituição de imagens favoráveis ou desfavoráveis de um ator político pode começar a partir dos aparatos da mídia, mas, via de regra, a construção de imagens favoráveis tende a partir da própria equipe da figura pública. Além da imagem, a opinião pública também está

sendo disputada, pois a partir do momento que o cidadão aceita determinada imagem, ele passa a defendê-la. Esse processo de apreensão evidencia que o primeiro passo é a produção da opinião individual e, depois ela passa a ser coletiva (Weber, 2004).

Esse processo de formação da opinião talvez seja o mais disputado entre estes atores, pois é o que Gomes (2025) denomina de colonização do imaginário. O político irá utilizar da máscara pública para seduzir o público em diferentes papéis democráticos, como eleitor, para adesão do projeto de governo, caso eleito. Uma imagem pública favorável ou popular perante a opinião pública pode dar credibilidade e até mesmo legitimar um projeto político (Weber, 2009). Esse processo foi feito por Lula da Silva, por exemplo. A campanha que elegeu o petista em 2002, coordenada pelo marqueteiro Duda Mendonça, trouxe uma nova imagem do candidato, cunhada posteriormente de “Lula paz e amor”, pois se diferenciava da postura combativa do candidato nas eleições anteriores. O “Lula paz e amor” representava-o de outra maneira, buscando agregar uma faceta conciliadora à sua imagem pública, o que agradou as elites, o mercado financeiro e, claro, o povo, que o elegeu presidente naquele pleito (Azevedo, 2018; Nava; Marques, 2019; Moraes, 2021).

Faz-se necessária a distinção entre opinião pública e imagem pública, por mais que exista literatura que coloque os dois como equivalentes, Gomes (2004) afirma que, por conta de “opinião pública” ser usado de forma pouco delimitada, é importante traçar limites entre os conceitos de imagem pública e opinião pública. A imagem pública é uma série de características, informações e noções de um sujeito compartilhadas por determinados grupos. Já a opinião pública pode se referir a tudo, até mesmo sobre as características componentes da imagem pública de um ator.

Apesar de extremamente importantes para o processo político, as imagens públicas não são facilmente identificáveis em sua totalidade, predominando muitas vezes uma hipersíntese, que, segundo Gomes (2004, p. 257) acaba sendo mais eficaz.

[...] as afirmações sobre a imagem desse ou daquele ator social vão muito bem enquanto se contentam com indicações mais genéricas e numa escala bastante ampla. Quando se ultrapassa essa soleira e se pretende identificar com precisão e exaustão quais são as notas e propriedades comuns, universais e constantes que a compõem, os problemas começam. Por isso mesmo, quanto menos disserem os enunciados sobre a imagem pública, tanto maiores serão as suas chances de acerto; mais pobre o conteúdo, maior o quociente de precisão.

Isso acontece porque, na maioria dos casos, não se possui acesso direto ou de uma forma completa à pessoa, mas sim a uma constituição de imagem midiaticizada, que será

apreendida pelo público de maneira subjetiva e, na maioria das vezes, nomeada por uma palavra. No entanto

“[...] quanto menor for o nosso conhecimento ou experiência direta da mesma coisa, quanto menor for a intensidade da nossa convicção a seu respeito ou quanto maior for a nossa flexibilidade mental e a nossa capacidade de suspender os preconceitos, tanto maior será a nossa disponibilidade para a mudança das imagens dos outros, portanto, maior a provisoriedade essencial que as acompanham” (Gomes, 2004, p. 260).

Pelo antes exposto, podemos entender que a imagem pública depende então de imagens ou representações que são criadas sobre algo ou alguém, seja um ator político, um tema, um problema coletivo ou uma instituição. No caso que nos ocupa nesta pesquisa, a imagem pública de Lula é constituída a partir de representações criadas sobre ele e suas ações, inclusive – mas não apenas – as provenientes dos meios jornalísticos, como notícias, fotos e editoriais, no transcurso de sua trajetória pessoal, profissional, política, etc.

Representação aqui é entendida conforme o proposto por Stuart Hall (2016), que entende as representações como construções linguísticas compartilhadas culturalmente entre indivíduos, pois “são os participantes de uma cultura que dão sentidos a indivíduos, objetos e acontecimentos” (Hall, 2016, p. 20). Para o autor, a representação é um universo simbólico construído através da linguagem. Assim como a própria cultura, as representações produzidas também são transigentes, ou seja, podem ter o significado alterado com o tempo, a depender do contexto. Para o autor, nós representamos as coisas por meio da linguagem, de modo que, “as palavras que usamos para nos referir a elas, as histórias que narramos a seu respeito, as imagens que delas criamos, as emoções que associamos a elas, as maneiras como as classificamos e conceituamos, enfim, os valores que nela embutimos” (Hall, 2016, p. 21).

Por sua importância nas esferas pública e política, os aspectos da constituição da imagem pública de diversos atores com relevância social se tornaram agenda de pesquisa de pesquisadores da comunicação no Brasil. Percebe-se uma predominância na investigação sobre a imagem pública de atores políticos como o ex-presidente Jair Bolsonaro (Simões; Silva, 2022), Lula (Luna; Maia, 2005; Passos; Pires, 2019), Dilma Rousseff (Mont’Alverne; Marques, 2013; Lima, 2020), Fernando Haddad (Alison; Braga; Sampaio, 2021) ou ainda o ex-juiz Sérgio Moro (Silva; Simões, 2020), que a partir de 2018 ingressou no campo da política, primeiro como ministro da Justiça de Jair Bolsonaro e posteriormente como candidato ao Senado, eleito em 2022. Todavia, figuras públicas não necessariamente ligadas à

esfera política também são objetos de estudo, como o Papa Francisco (Simões; Ferreira, 2015) e Neymar Jr. (Oliveira; Mendes, 2022).

Discutiu-se, nos primeiros tópicos deste capítulo, a formação da opinião pública no contexto contemporâneo, iniciando com a interpretação de Habermas da opinião formada a partir do debate acontecido na esfera pública, até a opinião publicada pelos veículos jornalísticos e as pesquisas de opinião. Essa incursão na teoria serviu como base para a discussão do conceito de imagem pública, central para a construção do modelo de análise da presente pesquisa.

No próximo tópico, discutimos a opinião no jornalismo, a partir de um estado da arte sobre o gênero editorial na pesquisa da área. Também discutimos as relações da imprensa e, mais especificamente, do jornal *O Estado de S. Paulo* com Luiz Inácio Lula da Silva. Tal percurso é importante para compreender a constituição da imagem de Lula nos editoriais publicados pelo jornal OESP no ano de 2022, nosso objeto de estudo. A busca realizada para o estado da arte compreendeu 10 anos (2013 – 2023) e serviu para identificarmos grande parte das temáticas estudadas na última década, para compreender as lacunas epistemológicas e como este estudo pode contribuir para o campo.

3.4 O EDITORIAL NA PESQUISA EM JORNALISMO

Discutiu-se no capítulo 1 as principais características do editorial e as contribuições teóricas de pesquisadores clássicos e contemporâneos a respeito da importância do gênero. Essa importância se estende para o público em geral e para as elites políticas e econômicas (Guerreiro Neto, 2016; Mont’Alverne, 2017). Devido ao valor do gênero, é possível compreender o interesse de pesquisadores em investigar empiricamente características discursivas e o posicionamento dos principais veículos do mundo (Azevedo, 2018).

Para entender quais foram os objetos de estudo, direcionamentos e temáticas priorizadas por pesquisadores brasileiros sobre os editoriais, foram feitas buscas que abrangeram um período de 10 anos (2013-2023). As procuras foram realizadas no Portal de Periódicos da CAPES, *Scielo*, *Scopus*, em anais eletrônicos de congressos científicos de relevância na área da Comunicação (Compós, Compolítica, SBPJor e Intercom) e no Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES com filtros que mostrassem apenas trabalhos do campo da Comunicação. Foram encontrados 112 artigos – somando *papers* de revistas acadêmicas e

trabalhos apresentados em eventos – e 99 pesquisas de maior fôlego – 20 teses e 79 dissertações⁸.

Posterior à coleta do material foi realizada a leitura dos resumos e palavras-chave das respectivas pesquisas, com o objetivo de classificá-las tematicamente, baseado nos objetos e problemáticas trabalhadas. O procedimento aplicado aos trabalhos publicados em periódicos e anais de congressos resultou em 20 grandes grupos temáticos. O mesmo método foi aplicado às teses e dissertações, resultando em 16 grandes grupos. É importante salientar a existência de trabalhos que estão em uma ou mais categorias (Moritz; Rita, 2020; Araújo; Campos, 2022; Campos, 2023; Ribeiro, 2013). De modo geral, as pesquisas encontradas se concentram em temáticas como Jornalismo e Política; Economia; Teorias do Jornalismo e Jornalismo e Sociedade.

Apesar da necessidade da criação de uma grande quantidade de categorias para comportar os artigos, percebe-se uma inclinação dos pesquisadores na produção de trabalhos sobre as relações entre jornalismo e política, que totalizou 47,3% do material coletado. Uma das hipóteses para a escolha desta temática é a própria agenda de assuntos abordados nos editoriais, geralmente versando sobre política ou economia, considerados assuntos de interesse público (Marques; Mont'Alverne, 2019; Marques *et al.*, 2020; Mont'Alverne; Marques, 2022).

Como esta dissertação trata da constituição da imagem pública de atores políticos, viu-se a necessidade de primeiramente analisar os trabalhos sobre Jornalismo e Política, para posteriormente realizar um recorte mais preciso dos artigos que tratam especificamente sobre imagem pública. Na grande área de Jornalismo e Política estão 51 artigos publicados em revistas e apresentados em eventos acadêmicos. Na leitura dos resumos, buscou-se identificar quais as preocupações ou problemas centrais abordados, o que resultou na criação de 10 eixos temáticos com os principais assuntos das pesquisas.

O recorte temporal (2013-2023), mostra que diversos investigadores produziram estudos sobre o processo de *impeachment* da ex-presidente Dilma Rousseff (Silva; Sampaio, 2018; Nunes; Cabral, 2018; Pimentel; Marques, 2021; Coelho, 2017; Moritz; Rita, 2020; Marques; Mont'Alverne; Mitozo, 2018; Marques; Mont'Alverne; Mitozo, 2017; Guazina; Prior; Araújo, 2017). De modo geral, estes estudos perceberam a homogeneidade nas opiniões dos veículos brasileiros pesquisados, demonstrando apoio ao processo e à destituição de

⁸ No Portal de Periódicos da CAPES, *Scopus* e *Scielo* foram utilizados operadores booleanos. Segue a estratégia de busca: (“jornalismo opinativo” OR “editoriais” OR “editorial” OR “editoriais jornalísticos”). Nos anais de congressos e Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES foram utilizadas as palavras-chave “editorial”, “editoriais” e “jornalismo opinativo”.

Dilma e também refutando a ideia de golpe (Pimentel; Marques, 2021), diferente de periódicos internacionais, como observado por Silva e Sampaio (2018) e Guazina, Prior e Araújo (2017), que consideraram todo o processo ilegal e que não teria um impacto positivo na política brasileira.

A temática das representações e relações da imprensa com o golpe militar de 1964 também é explorada por diversos pesquisadores (Santos; Costa, 2022; Coelho, 2017; Dias, 2015; Napolitano, 2017; Castilho, 2014; Guarnieri, 2016; Vitale, 2013; Motta, 2013). É importante mencionar o trabalho de Coelho (2017), que procura entender a relação entre Comunicação e Política nos golpes de 1964 e 2016 (contra a ex-presidente Dilma Rousseff) no jornal *Folha de S. Paulo*, que declarou apoio em ambos os momentos históricos.

Um eixo também explorado é o da atuação política do jornalismo (Oliveira, 2022; Alfino, 2015; Ferreira, 2018; Rossatti, 2017; Bertoli; Mafra, 2022; Barros, 2018; Santos, 2021; Sousa-Silva, 2023). Embora em grande parte das pesquisas os veículos sejam considerados atores políticos, a criação desta categoria foi necessária por conta da temática mais específica de alguns dos estudos, como é visto em Oliveira (2022), que analisa os posicionamentos jornalísticos dos editoriais de *Estadão* e *Le Monde* sobre a tensão política entre PT e Bolsonaro durante as eleições presidenciais de 2018, a fim de compreender as diferentes interpretações acerca do pleito vencido por Bolsonaro.

Já Ferreira (2018) analisa os editoriais de *Folha de S. Paulo* e *O Globo* em 1994, para saber o posicionamento político e ideológico dos jornais sobre o projeto desenvolvimentista brasileiro iniciado nos anos 1990. A conclusão do pesquisador é de que ambos os veículos adotam um modelo neoliberal de desenvolvimento de viés conservador. Ou seja, nesse eixo estão os artigos que colocam os editoriais como objeto empírico e objeto de estudo, a fim de entender posições, comportamentos e práticas do jornalismo. Esta é a pretensão de Rossatti (2018) ao fazer uma análise de discurso dos editoriais da revista *Veja* em um período de quatro anos (1985 - 1989), chegando à conclusão da criação de uma espécie de “espaço neoliberal” dentro do veículo, onde seriam disseminadas ideias dessa vertente político-econômica.

A cobertura dos governos federais eleitos no século XXI é uma área explorada. Por conta do tempo de permanência no Palácio do Planalto, as pautas relacionadas aos governos do Partido dos Trabalhadores (Lula: 2003 – 2010/2023 –; Dilma: 2011 – 2016) são mais abordadas, como as questões de política externa do governo Dilma (Baracho *et al.*, 2023) e do governo Lula (Ferreira; Cunha, 2021). Guilherme (2023) examina os posicionamentos do *Estadão* a respeito das medidas econômicas do governo Rousseff, umas das áreas mais

criticadas pelo jornal. Já os trabalhos de Drummond, Manginelli e Feres Júnior (2023) e Pereira (2023) olham para acontecimentos situados no terceiro governo Lula, como a posse e a visita do presidente da Venezuela, Nicolás Maduro, ao Brasil.

As preocupações a respeito do governo de Michel Temer giram em torno do caso JBS (Marques *et al.*, 2020; Marques *et al.*, 2018) e da Reforma da Previdência (Araújo; Campos, 2021; Campos; Araújo, 2020). Já o estudo de Saporas, Ikeda e Professor (2019) analisam o posicionamento da *Folha de S. Paulo* sobre os desdobramentos do governo pós-*impeachment*. As principais questões observadas do governo de Jair Bolsonaro são relacionadas à pandemia de covid-19 (Rebouças; Patrício, 2022), sobre as tomadas de decisões, discursos e políticas aplicadas ao meio ambiente (Araújo; Campos, 2022) e abrangendo um recorte temporal mais amplo Oliveira (2021) extrai e analisa as percepções de *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo*, sob a luz da Análise de Enquadramento, a respeito do primeiro ano do governo Bolsonaro.

Um escopo de pesquisa explorado especialmente por Camila Mont'Alverne e Francisco Paulo Jamil Marques é a teoria do enquadramento aplicada aos editoriais que abordavam questões do Congresso Nacional (Mont'Alverne, 2017a; Marques; Mont'Alverne, 2019; Mont'Alverne; Marques, 2018; Mont'Alverne, 2017b). Há pesquisas preocupadas com as temáticas de eleições (Araújo, 2018; Oliveira; Martins, 2021; Almendagna; Oliveira; Leite, 2023), Operação Lava Jato (Athanasio, 2016; Batista; Barbosa, 2020) e temáticas internacionais como o governo de Hugo Chávez (Salgado, 2014) e as opiniões do jornal *Movimento* durante a Revolução dos Cravos, em Portugal (Gomes, 2019).

Existe outra gama de trabalhos que nos interessa mais diretamente aqui, pois abordam questões relacionadas à representação ou imagem construída sobre atores políticos, mesmo que não realizem explicitamente uma discussão sobre este conceito. Azevedo (2018), por exemplo, observou de forma longitudinal (1989-2014) os editoriais dos *quality papers* brasileiros e o desenvolvimento de uma narrativa antipetista. Rebouças *et al.* (2022) atentaram à utilização do conceito de populismo pelos editoriais de *O Estado de S. Paulo* e *Folha de S. Paulo* para se referir às figuras de Lula e Bolsonaro.

A comparação entre os dois atores políticos também foi feita por Drummond, Manginelli e Feres Júnior (2023), que analisaram o modo como os editoriais trataram as posses de ambos os presidentes. A pesquisa de Bruno Araújo e Fernanda Campos (2022) propõe analisar editoriais nacionais e internacionais sobre o discurso antiambiental durante o governo de Jair Bolsonaro. Os pesquisadores concluíram que os jornais brasileiros (*Folha*, *OESP*, *O Globo*) iniciam com uma crítica branda, mas a potencializam com o tempo,

chegando a enquadrar Bolsonaro como um “populista-autoritário”, enquanto os veículos internacionais (*Le Monde*, *The Guardian*, *The New York Times*, *Süddeutsche Zeitung*, *Público* e *The Economist*) não acreditam no discurso do presidente brasileiro desde o início.

Por sua vez, Athanásio (2016) e Mont’Alverne e Marques (2013) fazem aproximações entre os editoriais e a constituição da imagem de atores políticos e instituições. Ester Athanásio observa, a partir da Análise Crítica do Discurso, como os textos opinativos da *Gazeta do Povo*, o principal veículo do estado do Paraná, representaram a *Operação Lava Jato*. De acordo com os resultados, o jornal paranaense descreve a força-tarefa anticorrupção como “‘implacável’ trabalho de ‘limpeza ética’ e ‘ruptura’ política” (Athanásio, 2016, p. 1).

Por sua vez, Camila Mont’Alverne e Jamil Marques relacionam o conceito de imagem pública às teorias do enquadramento para identificar a constituição da imagem de Dilma Rousseff nos editoriais do *Estado*. Segundo os pesquisadores, o jornal paulista considera Rousseff uma presidente “[...] pouco confiável. Para o jornal, ela não teria competência para enfrentar a crise econômica, seria autoritária em relação aos outros ocupantes de cargos na estrutura do governo e não teria capacidade para a negociação, emperrando os projetos que propõe” (Mont’Alverne; Marques, 2013, p. 112).

3.4.1 Teses e dissertações

As 99 pesquisas de mestrado e doutorado também foram submetidas aos mesmos procedimentos de categorização temática feita nos artigos de revistas e congressos de comunicação. Percebe-se uma predominância na produção de dissertações (79) em comparação às teses (20). Novamente, a fim de delimitar o *corpus* do estado da arte, viu-se necessário o recorte para pesquisas de Jornalismo e Política, para precisar a definição dos trabalhos interessados na pesquisa da imagem pública de atores políticos.

Após a leitura dos resumos, percebe-se novamente, por conta do recorte temporal, a predominância de trabalhos sobre o processo de *impeachment* da ex-presidente Dilma Rousseff (Guerra, 2018; Pozzi, 2019; Santos, 2017; Alecrim, 2020; Caldas, 2020; Rebouças, 2020; Teixeira, 2023; Silva, 2019; Pimentel, 2019; Camargo, 2022), momento histórico da política brasileira explorado de diversas formas, como, por exemplo, a comparação da destituição de Dilma com outros atores, como João Goulart (Guerra, 2018) e Fernando Collor de Mello (Pimentel, 2019); além do posicionamento de jornais internacionais a respeito do *impeachment*, analisando-os separadamente (Silva, 2019), mas também comparando-os com veículos brasileiros (Santos, 2017).

Nas teses e dissertações, os estudos sobre a posição dos editoriais a respeito de atores políticos e instituições aparecem de maneira notória. Um exemplo é a dissertação de Rodrigues (2017), que analisou as opiniões de *O Estado de S. Paulo*, *O Globo* e *Zero Hora* sobre o mandato de Eduardo Cunha como presidente da Câmara dos Deputados. A constituição da imagem pública de Flávio Dino feita pelo jornal *O Estado do Maranhão* é observada por Sousa (2018) e, como este trabalho envolve diretamente a imagem pública, será tratado posteriormente. Personagens pertencentes ao Partido dos Trabalhadores também são pesquisados, como é o caso de Lula da Silva (Nava, 2017) e Dilma Rouseff (Nunes, 2014; Eliseu, 2017). Também tratando de imagem pública, Pessoa (2016) aplica o conceito para compreender como *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo* opinavam a respeito do Congresso Nacional.

Além disso, os editoriais sobre os governos federais deste século foram explorados pelos pesquisadores. Os mandatos de Lula foram abordados a partir de diferentes perspectivas: enquanto Oliveira (2017) se ocupa dos posicionamentos sobre a reforma política nos governos Lula I e II, Silva (2013) analisa os textos opinativos da revista *Veja* a respeito do caso Mensalão, escândalo de corrupção ocorrido durante a primeira passagem do petista pelo Palácio do Planalto. Sobre o mandato de Michel Temer, Marinho (2019) examina as opiniões de *Estadão*, *O Globo* e *Folha* a respeito da reforma trabalhista. A pesquisa de Fontes (2022) dedicou-se a estudar como *Folha* e *Estadão* utilizam notícias e editoriais para se legitimar como autoridade perante a esfera pública. O recorte temporal de Fontes (2022) abrange dois anos de governo Bolsonaro, e o objetivo é compreender como os jornais se legitimam diante de governos considerados populistas. Observando os mesmos veículos está Campos (2023), mas com a atenção voltada para as decisões políticas não somente de Bolsonaro, mas do ministro Ricardo Salles perante as pautas ambientais.

As eleições, sejam as nacionais ou municipais, também são uma pauta recorrente nos editoriais, por isso diversos pesquisadores analisaram as opiniões de jornais, pois são períodos chave em uma democracia, onde o veículo pode declarar apoio a algum candidato ou “sugerir o que pensar”, como destaca Azevedo (2018, p. 271). “Ou seja, tematizar e colocar, no centro da atenção pública, questões sobre as quais fornece também análises e interpretações produzidas a partir de enquadramentos narrativos” (Azevedo, 2018, p. 271).

Sobre as eleições de 2018, pleito que teve Bolsonaro como vencedor, existem as pesquisas de Ramalho (2020) e Alves (2020). Na esteira nas disputas presidenciais, Cordeiro (2016) analisa os editoriais de *Veja* e *CartaCapital*, revistas ideologicamente contrárias, durante as eleições de 2014. As eleições municipais de 2016, em um contexto mais geral, são

o objeto de estudo de Estevão (2018), que procurou entender o andamento do pleito e se houve alguma afetação pelo processo de *impeachment*. Na pesquisa, pode-se ver alguns conceitos de forma mais recorrente na atualidade, como a polarização, estudada por Santos (2023) em sua dissertação.

Em menor número aparecem pesquisas sobre o período ditatorial brasileiro (Francisco, 2014; Rocha, 2018), pautas internacionais, como a política externa para a entrada da Venezuela no Mercosul (Lima, 2018), e o acordo entre As Farc e o governo colombiano (Maros, 2019). Há ainda estudos sobre a posição dos editoriais em acontecimentos históricos como a Proclamação da República (Silva, 2019), a construção da Usina Hidrelétrica de Itaipu Binacional (Sales, 2015), e sobre a convergência das opiniões da *Folha de S. Paulo* com os escritos de Golbery do Couto e Silva, Ministro da Casa Civil (1974 - 1981) durante os governos de Ernesto Geisel e João Figueiredo. A respeito da corrupção na história do Brasil, Matos (2017) faz uma análise qualitativa da construção opinativa da *Folha* sobre o tema entre os anos de 1990 e 2016.

Na seleção de pesquisas onde o conceito de imagem pública é mobilizado, Sousa (2021) traz o termo para compreender como o jornal *O Estado do Maranhão* fez a construção imagética do candidato Flávio Dino (à época do PCdoB) durante as eleições de 2018, a qual terminou com a reeleição de Dino, com quase 60% dos votos válidos. Os principais resultados de Sousa (2021) mostram que o veículo publicou editoriais de oposição ao candidato, usando uma retórica anticomunista para construir uma imagem negativa de Dino.

Com um olhar voltado para as instituições existe a pesquisa de Camila Pessoa (2016), que investiga a imagem pública, agendamento e enquadramentos do Congresso Nacional nos editoriais de *O Estado de S. Paulo* e *Folha de S. Paulo*. Os resultados encontrados por Pessoa (2016) mostram que, apesar do tom crítico, até mesmo antipolítico, imposto pelos jornais ao tratar do Congresso, eles entendem a importância da instituição para o regime democrático. No entanto, os editoriais também consideram os parlamentares como auto-interessados, ou seja, figuras que defendem seus próprios interesses, com baixo nível de preocupação perante os gastos públicos.

A constituição da imagem pública de Luiz Inácio Lula da Silva está presente em duas pesquisas. Mariane Nava (2017) analisa a opinião do jornal *O Estado de S. Paulo* sobre as campanhas eleitorais do petista (1989 - 2006). O exame empreendido por Nava (2017) permite identificar mudanças na percepção do *Estadão* sobre a figura de Lula, iniciando em 1989 como esquerdista e terminando como presidente em 2006. Lula também é pesquisado por Caldas (2020), que simultaneamente observa a constituição da imagem pública de Michel

Temer e Dilma Rousseff, personagens marcantes do processo de *impeachment*. As conclusões sobre as pesquisas citadas aqui serão melhor discutidas no tópico seguinte.

Nesta subseção, conforme visto, identificamos um conjunto de estudos que tomam o editorial como objeto de estudo, explorando distintos problemas de pesquisa no período compreendido por nossa revisão bibliográfica (2013-2023). Apesar de existir um número considerável de trabalhos versando sobre temáticas que relacionam Jornalismo e Política, nota-se uma escassez de pesquisas focadas em investigar a fundo a constituição da imagem pública de políticos a partir dos editoriais. É interessante notar que, embora Lula da Silva seja uma figura central no cenário político brasileiro das últimas décadas, a sua imagem pública não foi objeto de estudo. Também não identificamos pesquisas cuja análise se debruce sobre editoriais que trataram de sua prisão, em 2018.

A possibilidade de uma relação entre editoriais, desinformação e a constituição da imagem pública de um ator público - que procuramos problematizar nesta pesquisa -, não foi explorada em nenhum dos estudos aos quais tivemos acesso nesta revisão bibliográfica. O trabalho de Marques *et al.* (2023) analisou como os jornais reivindicam sua autoridade perante o fenômeno das *fake News*. No entanto, os investigadores não discutem – e nem era o seu objetivo - a possibilidade de haver opiniões nos editoriais que podem desinformar ou estimular processos de desinformação juntos aos leitores. Acreditamos que tal lacuna é um fator importante para justificar a relevância acadêmica da presente pesquisa de mestrado.

Para discutir a constituição da imagem de Luiz Inácio Lula da Silva nos editoriais do jornal *O Estado de S. Paulo* na campanha eleitoral de 2022, consideramos pertinente contextualizar e compreender melhor a forma como historicamente Lula é tratado pela imprensa, e, particularmente, pelo *Estadão*. É o que abordamos na próxima subseção deste capítulo.

3.5 A IMPRENSA, O ESTADÃO E LULA: POSICIONAMENTOS HISTÓRICOS

A relação entre a imprensa, o Partido dos Trabalhadores e Lula da Silva não tem sido constante historicamente. Com a fundação do PT, em 1980, a mídia assume posturas distintas que se transformam com o tempo. A primeira percepção é positiva, atrelada ao nascimento antissistêmico do partido, de princípios incorruptíveis e pureza ideológica. A segunda, de caráter negativo, critica a inclinação política (esquerda radical) e a inexperiência governamental, aspectos que representavam uma ameaça ao mercado e à democracia (Azevedo, 2009).

Na primeira eleição disputada pelo PT, em 1989, o apoio da imprensa hegemônica estava ao lado do neoliberal Fernando Collor de Melo, eleito no segundo turno da eleição contra Lula. A rejeição ao PT e a Lula da Silva aconteceu por conta da imagem radical, construída, na maioria das vezes, pelo próprio partido entre 1980 e 1994, definida por Fernando Azevedo (2009, p. 58) como

um partido de esquerda com várias correntes revolucionárias (como as tendências comunistas e as alas trotskistas que então abrigava) que se digladiam entre si, anti-sistema (ou seja, anticapitalista) e politicamente “irresponsável” (inflacionando demandas e propostas sem levar em conta as condições reais de efetividade). Ou, ainda, de um partido ético, puro, utópico, voltado para os movimentos sociais (ou para a agitação pela ótica conservadora), mas inexperiente e despreparado para assumir e conduzir com competência técnica o país. A imagem partidária negativa – gerada em parte pela própria prática do PT, mas difundida e dramatizada pela direita e freqüentemente reproduzida e enfatizada pela mídia – se tornava mais nítida e estridente nos períodos eleitorais e alimentava e reiterava os temores dos eleitores posicionados no centro político (especialmente a classe média)”.

Com os revezes nas eleições entre 1989 e 1994, o PT resolve remodelar a estrutura do partido e a imagem pública de Lula da Silva, seu principal representante. A estratégia adotada pelo partido foi um reposicionamento político, retirando-se das raízes na esquerda radical e se fixando mais ao centro político, movimento que acabou agradando as elites e o mercado econômico, indo contra o *risco Lula*, argumento utilizado contra o petista nas eleições anteriores (Azevedo, 2009).

A reestruturação na imagem de Lula e do PT resultou na vitória nas eleições de 2002. O partido se consolidava como uma sigla responsável, que o povo poderia confiar. O estabelecimento dessa nova imagem petista se deu com a *Carta aos Brasileiros*, documento assinado por Lula, em que prometia ter compromisso em continuar com as políticas nacionais e internacionais do governo FHC, além de assumir responsabilidade com a economia (Azevedo, 2009).

No entanto, principalmente com o escândalo do Mensalão, a imagem do PT sofre uma virada, deslocando-se da de um partido até então responsável e diferente, para a de uma agremiação absorvida pela política brasileira, virando “mais do mesmo” (Aldé; Mendes; Figueiredo, 2007; Azevedo, 2009). O Mensalão foi o principal tema mobilizado pela oposição para atacar a candidatura de Lula nas eleições de 2006, que foi obrigada a adotar uma estratégia focada em exaltar os feitos econômicos e sociais do governo, evitando entrar em discussões sobre corrupção (Aldé; Mendes; Figueiredo, 2007).

Não foi apenas a oposição que utilizou do Mensalão para danificar a imagem do PT, a alta repercussão do escândalo na mídia, transformado em um grande acontecimento à época (Silva, 2011), impulsionou ainda mais a imagem do PT como um partido atrelado à corrupção

(Azevedo, 2009). A pesquisa de Alessandra Aldé, Gabriel Mendes e Marcus Figueiredo (2007) analisou as notícias, reportagens e editoriais de OESP, *Folha* e *O Globo*, para saber a posição dos jornais durante todo o período eleitoral de 2006. O resultado mostra que os jornais assumem tom crítico às duas versões de Lula (presidente e candidato). A desaprovação aparece de forma mais clara na área opinativa dos veículos, mas isso não quer dizer que não existiam críticas nas notícias e reportagens. Entretanto, nem a exploração da pauta Mensalão nas eleições de 2006 e do apoio à candidatura de Geraldo Alckmin (à época, no PSDB) interferiu nas pesquisas e no resultado. Lula se elegeu a mais quatro anos para a presidência do Brasil.

Apesar do Mensalão não ter atrapalhado a vitória de Lula, a imagem pública dele e do PT ficaria atrelada ao tema da corrupção, principalmente com a ascensão da Operação Lava Jato, que culminou com a prisão do político, em abril de 2018. É possível ver nos editoriais do jornal *O Estado de S. Paulo*, objeto empírico desta dissertação, a corrupção sendo mobilizada quando é necessário trazer algum aspecto do passado de Lula, principalmente enquanto presidente. Na análise, veremos com mais profundidade essas ocorrências passadas sendo acionadas nos editoriais do jornal e como elas operam para constituir uma imagem de Lula.

Na próxima seção, será apresentado um breve histórico sobre o jornal *O Estado de S. Paulo* e sua relação com Lula.

3.5.1 O *Estadão* e Lula

O Estado de S. Paulo, conhecido popularmente como *Estadão*, é um dos jornais mais tradicionais do cenário midiático brasileiro e, ao lado da *Folha de S. Paulo* e *O Globo*, representam os *quality papers*, veículos hegemônicos detentores de credibilidade e que exercem relativo impacto no debate público e na opinião pública. Apesar de ser considerado um jornal conservador, que defende as ideias liberais, o *Estadão* iniciou suas atividades em 1875 como um jornal progressista, defendendo pautas abolicionistas e antimonárquicas (Azevedo, 2018). Passada uma década da fundação, o jovem Júlio de Mesquita, de 23 anos, assume a vaga de redator. Em 1891, com o afastamento de Francisco Rangel Pestana, chamado a Petrópolis para trabalhar no projeto da Constituição, Júlio de Mesquita se torna o novo redator-chefe, mudando o nome *A Província de S. Paulo* para *O Estado de S. Paulo* e iniciando também a trajetória simultânea entre jornalismo e política do jornal (Capelato; Prado, 1980).

Em 1927, com a morte do pai, Júlio de Mesquita Filho assume o comando do *Estadão*, dando sequência ao forte ativismo de seu antecessor e inserindo ideias liberais na redação. Atuando como oposição a todos os governos vigentes da chamada Política do Café com Leite⁹, o jornal foi favorável à Revolução de 1930¹⁰, principalmente por advogar a favor de uma oposição aos governos vigentes, pois, segundo Mesquita Filho, a falta de um enfrentamento à política dos governadores significava um declínio dos princípios liberais, além de impossibilitar a chegada das elites intelectuais ao poder. Ou seja, por conta dessa política envolvendo São Paulo e Minas Gerais, a vontade popular foi praticamente excluída, prevalecendo a vontade de uma pequena parcela de indivíduos.

O movimento revolucionário, segundo os representantes do jornal, viria pôr fim aos abusos da política dominante, ao domínio das “oligarquias” responsáveis pela desmoralização dos costumes públicos e pela deturpação dos princípios democráticos, permitindo, simultaneamente, a volta ao poder das ‘elites intelectuais’ que reintegrariam a política na órbita da ‘justiça e da moralidade (Capelato; Prado, 1980, p. 39).

O *Estadão* viu a vitória das forças revolucionárias com bons olhos, pois significava uma possibilidade de remodelagem da política brasileira. No entanto, o movimento liderado pelos tenentes passou a reivindicar uma centralização do poder, para assim atender às demandas dos estados de forma mais simétrica, política adversa à defendida pelo periódico, que via a autonomia dos estados como a melhor alternativa. O propósito para esse posicionamento foi o receio do jornal de uma possível perda da força de São Paulo nas decisões políticas nacionais, pois, de acordo com a visão de Mesquita Filho, Getúlio Vargas lutava por seus próprios interesses, enquanto os paulistas pelas vontades da nação (Capelato; Prado, 1980).

É justamente nesse período o início das posições anticomunistas do *Estadão*, primeiramente direcionadas ao Movimento Tenentista¹¹, que além da pauta citada anteriormente, lutava por “direito de greve, salário-mínimo, salário família, seguro social, participação dos operários no lucro das empresas” (Capelato; Prado, 1980, p. 45). A partir dessas reivindicações dos tenentes, o jornal denominou-os “revolucionários extremistas”. Por conta desses e outros embates político-ideológicos, o *Estadão* foi completamente favorável à

⁹Período histórico da política brasileira onde os estados de São Paulo, com o Partido Republicano Paulista (PRP), e Minas Gerais, com o Partido Republicano Mineiro (PRM), alternavam-se na presidência, pois eram as regiões com mais poder econômico e demográfico.

¹⁰ Ao não apoiar um candidato mineiro à presidência, mas sim o paulista Júlio Prestes, Washington Luís foi deposto por um movimento liderado pelos estados do Rio Grande do Sul, Minas Gerais e Paraíba, que apoiaram a chegada de Getúlio Vargas ao poder.

¹¹ Movimento político iniciado no começo da década de 1920, liderado por jovens oficiais de baixa e média patente do Exército Brasileiro.

Revolução Constituinte de 1932¹², juntou-se à Liga de Defesa Paulista, à Liga Pró-Constituinte, organização voltada para a reconstitucionalização do Brasil e pela autonomia do estado de São Paulo, além da oposição à ditadura getulista (Capelato; Prado, 1980).

Com a vitória do governo vigente e pelo fato de o jornal estar engajado nas ideias da Revolução desde o começo, Júlio de Mesquita Filho e outros integrantes do *Estadão* foram presos. O movimento de 1932 significou o desejo do jornal de ver São Paulo no comando das decisões políticas nacionais. “A coerência das atitudes assumidas por ‘O ESP’ pode ser encontrada na luta por restituir a São Paulo a hegemonia política perdida” (Capelato; Prado, 1980, p. 51).

Quando instaurada a ditadura do Estado Novo¹³, o *Estadão* se coloca comopositor, acarretando uma censura imposta pelo governo Vargas, com uma intervenção iniciada em 1940 que dura cinco anos. Essas ações tomadas por Getúlio Vargas são o motivo pela postura antigetulista assumida pelo jornal, que se tornou um ativo combatente contra o chamado populismo trabalhista fomentado por Vargas e posteriormente por João Goulart, ambos do Rio Grande do Sul. Não à toa, fez oposição aos governos dos presidentes gaúchos e apoiou a Marcha da Família com Deus pela Liberdade¹⁴, um dos maiores atos populares antes do golpe militar de 1964 (Azevedo, 2018).

Apesar de apoiar o golpe, a família Mesquita acreditava em uma transição rápida por parte dos militares, mas com a publicação do Ato Institucional nº 5¹⁵ o jornal, por meio do editorial *Instituições em Frangalhos*¹⁶, criticava a postura do presidente Costa e Silva, afirmando que o militar dizia respeitar os limites da legislação brasileira, mas que se contradizia visto suas ações como mandatário. O resultado do texto opinativo assinado pelo próprio Júlio de Mesquita Filho foi a apreensão das edições do *Estado* e do *Jornal da Tarde*, além da censura aos meios de comunicação (Azevedo, 2018).

Fernando Azevedo (2018) ao analisar os posicionamentos editoriais do *Estadão* entre 1989 e 2014 percebe duas fases. A primeira de cunho progressista, pois inicia as atividades como um jornal abolicionista e pró-República, atua ativamente nas Revoluções de 1930 e

¹² Conflito armado também conhecido como Guerra Paulista, com duração de três meses, que tinha como objetivo a derrubada do governo de Getúlio Vargas e a formação de uma assembleia constituinte.

¹³ Ditadura instaurada por Getúlio Vargas iniciada em 1937 e encerrada em 1945.

¹⁴ Mobilização popular acontecida no dia 19 de março de 1964, em São Paulo, em resposta à suposta ameaça comunista e ao discurso do presidente João Goulart, proferido seis dias antes do ato.

¹⁵ Norma instaurada pelo presidente Artur da Costa e Silva em 13 de dezembro de 1968. O ato, considerado autoritário, cassava mandatos, suspendia direitos políticos, dava ao presidente a liberdade para fechar o Congresso Nacional, além de decretar estado de sítio sem aprovação da legislação, entre outros fatores.

¹⁶ Disponível em: < <https://www.estadao.com.br/politica/instituicoes-em-frangalhos/> >

1932 como um apoiador e se coloca como um opositor ao governo de Getúlio Vargas para defender os ideais liberais e democráticos. A segunda fase é o abandono desses princípios ao declarar apoio ao golpe militar de 1964. É pertinente dizer que toda a imprensa brasileira, com exceção do *A Última Hora*, de Samuel Wainer, declarou apoio ao golpe, considerando-o como uma vitória da vontade popular (Santos; Costa, 2022).

Assim como grande parte dos jornais, o *Estadão* apoiou o movimento das Diretas Já¹⁷ e logo na primeira eleição após a redemocratização declarou voto ao candidato Fernando Collor de Mello, político alagoense de viés conservador e neoliberal que viria a ser eleito em 1989, vencendo Luiz Inácio Lula da Silva em segundo turno. O pleito daquele ano não foi o único em que o *Estadão* apoiou candidatos conservadores. Segundo Azevedo (2018), o jornal endossou todas as candidaturas de direita, seja ao governo federal ou ao estado de São Paulo. Nessas defesas, se destaca a relação amistosa com o Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), principalmente nos governos do ex-presidente Fernando Henrique Cardoso (1995-2002) onde o jornal foi “definitivamente insuspeito de oposicionismo ao governo FHC” (Albuquerque, 2000, p. 44).

Essa postura claramente não se aplica a Lula da Silva, eleito chefe do executivo brasileiro em três momentos: 2002, 2006 e 2022, tornando-se o presidente mais votado da história do Brasil. O político do PT nasceu em 27 de outubro de 1945, no município de Caetés, no estado de Pernambuco, situado na região nordeste do país. Apesar de começar a carreira política se colocando como um ator antipolítico (Morais, 2021), Lula ganhou destaque à frente do Sindicato dos Metalúrgicos do ABC e posteriormente se tornou a principal liderança das Greves do ABC Paulista¹⁸, movimento que o impulsionou como um dos maiores representantes da classe trabalhadora nacional. Em 10 de fevereiro de 1980, junto de militantes de esquerda, intelectuais e artistas, funda o Partido dos Trabalhadores.

Nove anos depois da fundação do partido, Lula participa de sua primeira eleição para o cargo de presidente da república. Na ocasião, conquista 46,97% dos votos, mas é derrotado em segundo turno por Fernando Collor, do Partido da Reconstrução Nacional (PRN). No *O Estado de S. Paulo*, Lula e o gaúcho Leonel Brizola, do Partido Democrático Trabalhista (PDT), eram representados como radicais. Apesar dos candidatos se entenderem como progressistas, nos editoriais do jornal paulista eles representavam o retrocesso, principalmente o petista, que era relacionado ao “caos” (Nava; Marques, 2019).

¹⁷ Movimento político com o objetivo de retomar as eleições diretas para o cargo de presidente da República.

¹⁸ Manifestações operárias acontecidas na região do ABC paulista entre 1978 e 1980 durante a ditadura militar. O movimento é considerado um dos mais importantes para o movimento trabalhista brasileiro.

A segunda eleição disputada por Lula foi em 1994, primeiro pleito a protagonizar a polarização entre PT e PSDB, que disputariam a presidência da república até 2014. Na ocasião, foi derrotado por Fernando Henrique Cardoso em primeiro turno. O político tucano atingiu popularidade por estar à frente do Ministério da Economia na implementação do Plano Real¹⁹ (Mendes; Venturi, 1994). No entanto, pela primeira vez o *Estadão* considerou Lula como um adversário direto pela presidência, não como apenas um esquerdista, como havia sido em 1989.

Quatro anos depois, mesmo com a presença de Leonel Brizola (PDT) como vice-presidente, Lula é novamente derrotado no primeiro turno por Fernando Henrique Cardoso (PSDB). Durante a campanha, *O Estado de S. Paulo* atrelou a imagem do petista ao Movimento Rural dos Trabalhadores Sem Teto (MST), movimento social altamente criticado pelo jornal desde sua fundação (Nava; Marques, 2019; Pita, 2022). Neste ano, o *Estadão* inicia as críticas a respeito das pautas econômicas defendidas por Lula, questionando como o petista iria cumprir essas promessas. Entretanto, diferente dos últimos anos, a imagem de Lula não é mais atrelada ao esquerdismo de maneira enfática. Um aspecto diferente observado por Mariane Nava e Jamil Marques (2019) é a crítica do jornal somente à política de Lula, não necessariamente à personalidade.

A vitória do Partido dos Trabalhadores aconteceu em 2002, quando Lula derrotou José Serra (PSDB) no segundo turno com 61,27% dos votos. Apesar da votação expressiva, *O Estado de S. Paulo* não deu o mérito a Lula e a sua capacidade política de vencer a eleição, mas sim às estratégias de campanha adotadas pelo PT, principalmente pelo marqueteiro Duda Mendonça (Nava; Marques, 2019). O aumento dos editoriais publicados em 2002, em comparação com os dois últimos pleitos é notável. Enquanto em 1994 e 1998 o *Estadão* publicou 37 editoriais somando as duas eleições, em 2002 quase 40 textos opinativos foram publicados (38). Porém, mesmo com a vitória do PT, o periódico não o via como a escolha certa.

As eleições de 2006 aconteceram em meio a uma série de escândalos de corrupção, entre eles o Mensalão, um dos casos de maior repercussão midiática na história da política brasileira que

Polarizou visceralmente grupos político-partidários opostos, cidadãos e segmentos jornalísticos durante e após sua ocorrência. Modificou a forma como o PT e petistas eram antes simbolicamente representados. Reconfigurou o cenário dos afetos, das filiações e das identidades partidárias. Revelou a amplos públicos os bastidores de antigas e novas práticas políticas mediadas pelo dinheiro (Silva, 2011, p. 12).

¹⁹ Programa de estabilização econômica implementado no governo Itamar Franco. O objetivo do Plano Real era combater a hiperinflação.

No entanto, mesmo com a ampla e extensa cobertura midiática desses episódios, Lula venceu Geraldo Alckmin (PSDB) no segundo turno com 60,83% dos votos. Quantitativamente, o número de editoriais aumentou em comparação com as outras eleições: três meses antes da eleição o *Estadão* publicou 97 textos opinativos. Neles, o jornal atrelava Lula aos casos de corrupção, que passaram a ser a principal crítica ao governo, deixando de lado a política econômica. Ou seja, a pauta agora era de viés moral, não necessariamente político. Além disso, *O Estado de S. Paulo* afirmava que Lula estava mais ocupado em sua reeleição do que no Brasil (Nava; Marques, 2019).

Pesquisas como a de Nava (2017), Azevedo (2018) e Nava e Marques (2019) mostram como o jornal *O Estado de S. Paulo* foi um dos críticos mais assíduos a Lula e seu partido. Azevedo (2018) mostra um tom negativo em 90,1% dos editoriais que abordavam o PT. Isto significa que, a cada 10 textos, nove continham críticas ao partido. Em 2006, por conta do escândalo do Mensalão, o jornal assumiu um tom negativo em 93,1% dos editoriais. A pesquisa de Azevedo (2018) derruba a tese de que o jornalismo opinativo estaria apenas cumprindo seu papel como *watchdog*, pois desde 1989 o periódico já era crítico ao Partido dos Trabalhadores. As pesquisas de Nava (2017) e Nava e Marques (2019) reforçam os resultados, mas em contexto eleitoral.

Segundo Azevedo (2018), as análises permitiram afirmar que, antes do PT chegar ao poder, as críticas eram direcionadas ao esquerdismo dito radical e/ou populista do partido. Com Lula vencendo as eleições, os diários renunciaram às críticas de cunho ideológico e assumiram uma posição crítica a respeito da corrupção do partido, que usava de artifícios ilícitos para se manter no poder.

Tais pesquisas sinalizam, portanto, uma relativa mudança na forma como o *Estadão* constrói a imagem de Lula e de seu partido, antes representando-os como radicais e populistas e posteriormente associando-os com a corrupção e com práticas irregulares para preservar o poder. Isso não significa, porém, que a forma de representá-los anteriormente (radicais e populistas) tenha desaparecido. Ainda hoje se pode observar nos editoriais do *Estadão* tais formas de retratar Lula e o PT. Conforme discutido por Laura Lima (2018) e Silva e Simões (2022), a imagem pública é também contextual, ou seja, novas facetas vão sendo construídas em diferentes contextos e passam a constituir a imagem de uma figura pública. É importante indagar, portanto, em que medida novos elementos são trazidos pelos editoriais do *Estadão* para compor a imagem que o jornal constrói sobre Lula, neste período mais recente, após acontecimentos de grande repercussão como a prisão ocorrida em 2018 e sua reeleição em

2022. Objetivamos também, de forma mais específica, indagar se e em que medida a imagem que o *Estadão* constrói sobre Lula a partir da opinião expressa em seus editoriais está apoiada em elementos de desinformação.

4 PERCURSO METODOLÓGICO

Expostas as abordagens teóricas basilares para esta dissertação, faz-se necessária a descrição do percurso metodológico. Neste capítulo, serão apresentados o problema de pesquisa, objetivos e as escolhas metodológicas, como recorte temporal, critérios de seleção dos objetos de estudo e empírico. O instrumental a ser aplicado para análise da empiria também será justificado, assim como a maneira que será utilizado nesta pesquisa.

É importante situar a descrição metodológica não como uma “segunda parte” da pesquisa, mas sim como um desdobramento das teorias e conceitos mobilizados até aqui (França; Lopes, 2017). De acordo com José Luiz Braga (2011; 2016), a metodologia deve ser pensada a partir dos capítulos teóricos, e não o contrário. Desta maneira, Braga justifica o porquê de ser contrário aos instrumentais escolhidos *a priori*, pois isso induz o pesquisador a encaixar as teorias dentro do método, deixando-as superficiais e instrumentalizadas.

No caso da Comunicação, que não possui uma metodologia própria, e por isso acaba utilizando métodos de outros campos, a convergência entre teoria e instrumental acaba sendo ainda mais importante (Braga, 2011; Lago; Benetti, 2007). Braga (2011) não encara a metodologia somente como a explicitação de como a análise será feita, mas algo muito mais profundo, atrelado a todas as escolhas e tomadas de decisão feitas pelo pesquisador durante o processo, pois elas influenciam diretamente na análise e nos resultados da pesquisa.

Portanto, neste capítulo será explicitado o percurso metodológico desta dissertação, iniciando pela apresentação do problema de pesquisa e dos objetivos, seguido pelas escolhas metodológicas, onde serão justificados os objetos de estudo e material empírico, recorte temporal e método de análise utilizados.

4.1 PROBLEMA DE PESQUISA E OBJETIVOS

A eleição presidencial de 2022 ficou marcada como a mais acirrada da história do Brasil. Segundo dados do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), a diferença percentual entre o presidente eleito, Luiz Inácio Lula da Silva (PT), e o segundo colocado Jair Messias Bolsonaro (PL) foi de 1,8%, significando uma desigualdade pouco superior a dois milhões de votos. Apesar da polarização política no Brasil não ser algo novo, a disputa entre Lula e Bolsonaro não pode ser tratada da mesma forma que os embates entre PT e PSDB.

Enquanto candidatos como José Serra e Geraldo Alckmin representavam uma direita moderada, Bolsonaro trazia consigo valores associados a uma extrema-direita saudosista em

relação à ditadura militar, discursos de ódio contra minorias, instituições democráticas e ao jornalismo (Mendes; Silva, 2022), além de uma postura negligente e autoritária durante a pandemia de covid-19 (Ferreira; Christofolletti, 2024). Diante das características antidemocráticas de Bolsonaro, a própria campanha de Lula apostou em posicioná-lo como o único candidato capaz de evitar a reeleição de Bolsonaro, assim salvando a democracia no Brasil (Panke; Gonçalves; Brito, 2023).

Como mencionado anteriormente, o jornalismo profissional foi alvo constante do governo Bolsonaro, vide os sistemáticos ataques contra jornalistas, em especial o direcionado à jornalista da *Folha de S.Paulo*, Patrícia Campos Mello. Bolsonaro repete o mesmo *modus operandi* de Donald Trump, que em 2016 protagonizou diversos ataques à imprensa estadunidense, acusando-a de ser *fake news* (Varão, 2020; Christofolletti; Becker, 2024). Portanto, levando em conta o papel do jornalismo nas democracias (Bavaresco, 2023), é pertinente perguntar como foi a atuação dos jornais hegemônicos brasileiros durante às eleições de 2022.

No entanto, Lula da Silva, principal adversário de Bolsonaro nas eleições, possui um histórico negativo perante a imprensa *mainstream*. Ao fazer uma pesquisa longitudinal – 1989 a 2014 – sobre a relação de *O Globo*, *Folha de S.Paulo* e *O Estado de S.Paulo* com o Partido dos Trabalhadores, Fernando Azevedo (2018) constata a histórica rejeição dos jornais com o partido, especialmente com a figura de Lula da Silva, sendo o *Estadão* o mais crítico ao candidato.

Mariane Nava e Jamil Marques (2019) analisam a imagem pública de Lula nos editoriais do *Estadão* entre 1989 e 2006. Entre os resultados encontrados pelos pesquisadores, estão a constante dúvida do jornal com a capacidade de Lula se tornar presidente. A aptidão de Lula para governar só foi reconhecida pelo periódico em 2002, quando foi eleito. Além disso, após o escândalo do Mensalão, Lula e o PT sempre foram atrelados à corrupção e às práticas ruins na política.

Em contrapartida, ao considerarmos a conjuntura política vivida no Brasil, e a importância das eleições de 2022, principalmente pelas atitudes antidemocráticas de Bolsonaro, é pertinente perguntar como o jornal mais crítico à Lula – *O Estado de S.Paulo* – constituiu a imagem pública do candidato durante o pleito. Isto posto, a *pergunta norteadora* deste estudo é: qual imagem pública do candidato Luiz Inácio Lula da Silva foi constituída pelo jornal *O Estado de S.Paulo* nas eleições de 2022?

A escolha dos editoriais do *Estadão* como objeto empírico pode ser justificada pela relevância do periódico, sendo considerado um *quality paper* – veículos que possuem

credibilidade e legitimidade na esfera pública (Fontes, 2022). Além disso, o *Estadão* se torna um objeto interessante devido ao seu histórico negativo com Lula da Silva, alvo de críticas desde o início de sua trajetória na vida política, que se intensificaram após o petista assumir a presidência, em 2002 (Azevedo, 2018). No entanto, devido à conjuntura de 2022, é pertinente questionar se o jornal acaba tomando uma posição diferente devido aos ataques de Bolsonaro a instituições do Estado brasileiro e ao jornalismo, ou se ainda continua um crítico ferrenho de Lula.

A preferência por analisar os editoriais acontece pelas características discursivas do gênero, que permite ao editorialista usar ferramentas não usuais em outros formatos, como juízos de valor e adjetivações, não vistos com frequência em notícias, por exemplo (Melo, 2003; Chaparro, 2008; Silva *et al.*, 2022). O pesquisador Fernando Azevedo (2018) considera os editoriais matéria-prima de qualidade ímpar quando o objetivo é entender os posicionamentos e ideologias de um jornal, pois o texto trata diretamente da opinião da empresa.

As características discursivas dos editoriais, aliadas aos posicionamentos historicamente negativos do *Estadão* em relação a Lula, alicerçados nas discussões teóricas sobre as tensões entre opinião e desinformação tornam pertinente questionarmos se, e em que medida há aspectos de desinformação na imagem que *O Estado de S. Paulo* constitui do candidato Luiz Inácio Lula da Silva em seus editoriais?

Para responder a essas perguntas, esta dissertação tem o *objetivo geral* de analisar a constituição da imagem pública do candidato Luiz Inácio Lula da Silva nos editoriais do jornal *O Estado de S. Paulo* durante as eleições de 2022. Os *objetivos específicos* são: identificar que imagens *O Estado de S. Paulo* constitui de Lula em seus editoriais naquele período; investigar a existência ou não de aspectos de desinformação nesses editoriais e, portanto, na imagem de Lula nas eleições de 2022; refletir sobre possíveis tensões existentes entre opinião e desinformação no jornalismo.

No próximo tópico, serão explicitadas as estratégias de coleta do material empírico, além da apresentação dos métodos utilizados para análise.

4.2 ESCOLHAS METODOLÓGICAS

Volta-se a Braga (2011; 2016) para dizer que todas as escolhas feitas em uma pesquisa são metodológicas, mas no caso deste tópico, o objetivo será detalhar a seleção do objeto

empírico: critérios, recorte temporal e como a coleta foi realizada. Após esse detalhamento, explicaremos como o instrumental da Análise de Conteúdo (AC) será aplicado nos textos.

Ainda na fase de elaboração do projeto a ser submetido para o processo seletivo do PPGJor/UFSC, não se sabia qual seria o objeto empírico a ser utilizado. As únicas escolhas diziam respeito ao recorte temporal – eleições presidenciais de 2022 – e um dos objetos de estudo – o candidato Luiz Inácio Lula da Silva. Por conta do novo embate entre PT e Bolsonaro no segundo turno, lembrou-se do editorial *Uma escolha muito difícil*. Neste texto, o jornal *O Estado de S. Paulo* argumenta sobre as dificuldades de escolher entre o candidato do PT, Fernando Haddad, e Jair Bolsonaro.

O editorial despertou a curiosidade do investigador em saber se a atitude do jornal se repetiu, ou se houve alguma mudança de opinião devido à conjuntura política e às constantes ameaças de Bolsonaro à democracia. No entanto, ao se deparar com o texto *Nem Bolsonaro, nem Lula*, decidiu-se pelos editoriais do jornal *O Estado de S. Paulo* como objeto empírico. A partir do ingresso no PPGJor, viu-se a necessidade de refinar a escolha do recorte temporal e dos critérios de seleção dos textos.

Para a coleta do material empírico seguiu-se dois critérios: somente os editoriais publicados na versão impressa do jornal seriam considerados – por serem os mais importantes e receberam maior divulgação nas mídias sociais; somente os editoriais com menção a Lula (no título e/ou no corpo do texto) seriam acrescentados ao *corpus*. Na intenção de cumprir a primeira regra, as buscas foram feitas no acervo do *Estadão*, onde estão disponíveis todas as publicações desde o ano de sua fundação (1875). Quando era encontrado um editorial que cumpria a segunda regra, o título era copiado e colado na ferramenta de busca do portal do *Estadão*, na seção de *Opinião*, pois a versão digital do texto auxilia na leitura, coleta e análise dos excertos.

O jornal *O Estado de S. Paulo* publica dois editoriais por dia em sua versão impressa. Os textos costumam aparecer na página 3, na seção *Notas e Informações* e geralmente versam sobre temas políticos e econômicos, dando um enfoque maior à situação brasileira, mas também entram em cena temáticas internacionais, como o editorial *Trump não está acima da lei*, publicado no dia 16 de agosto de 2022. Os editoriais do *Estadão* possuem título, linha fina e corpo de texto, diferente dos textos opinativos de outros jornais, como a *Folha de S. Paulo*, que utiliza fotos na versão digital.

Figura 1: Página de opinião do jornal *O Estado de S. Paulo*

TERÇA-FEIRA, 10 DE AGOSTO DE 2022

O ESTADO DE S. PAULO

Publicado desde 1875

AMÉRICO DE CAMPOS (1870-1984)
FRANCISCO ANDRÉ PESTANA (1975-1988)
JULIO MESQUITA (1915-1977)
JULIO DE MENDONÇA FILHO (1913-1991)
FRANCISCO MESQUITA (1915-1990)LUIZ CARLOS MESQUITA (1910-1976)
JOSE VIEIRA DE CARVALHO MESQUITA (1947-1989)
JULIO DE MESQUITA NETO (1946-2000)
LUIZ VIEIRA DE CARVALHO MESQUITA (1947-1991)
DAFF MESQUITA (1947-1993)CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO
PRESIDENTE
ROBERTO DESSIDARIA MESQUITA
MEMBROS
FERNANDO E. MESQUITA
FRANCISCO MESQUITA NETO
JULIO CESAR MESQUITA
LUIZ CARLOS MESQUITA
RODRIGO LARA MESQUITADIRETOR PRESIDENTE
FRANCISCO MESQUITA NETO
DIRETOR DE JORNALISMO
RUBENS A. ALVAREZ
DIRETOR DE OPINÃO
MARCOS OLIVEIRASDIRETORA JURÍDICA
MARCIANA DE VASCONCELOS
DIRETOR DE MERCADO ANUNCIANTE
PAULO GUSTAVO DE SOUZA
DIRETOR FINANCEIRO
SABRÃO PAULISTINO MENDES

NOTAS E INFORMAÇÕES

Campanha eleitoral é tempo de paz



Ao colocar em dúvida a lisura das eleições, a retórica golpista de Jair Bolsonaro pode dificultar – ou mesmo interditar – o necessário debate sobre propostas e projetos para o País

Hoje é o início oficial da campanha eleitoral. Agora a propaganda eleitoral, inclusive na internet, é permitida. Pode haver distribuição de material gráfico, caminhada, carreta ou passeata, acompanhadas ou não por carro de som. Também é permitida a divulgação paga de anúncios de propaganda eleitoral. No período da campanha, os candidatos, partidos, federações e coligações podem realizar comícios e usar alto-falantes e amplificadores de som. A chamada propaganda gra-

tuita no rádio e na televisão – que nada tem de gratuita – começará no próximo dia 26.

A simples menção ao que se pode fazer a partir de hoje evidencia que a Lei Eleitoral precisa ser respeitada com mais rigor. Basta ver as motivações do presidente Jair Bolsonaro nos últimos meses. Além de desrespeitarem os prazos do calendário eleitoral, esses eventos de evidente caráter eleitoral custam caro aos cofres públicos.

Toda eleição se reveste de grande importância para a vida do País. É o momento por excelência em que o ci-

dadão avalia o exercício do poder político, tanto no Executivo como no Legislativo. A campanha eleitoral é um chamado a que cada eleitor faça um diagnóstico dos mandatos que terminam e analise as propostas dos diferentes candidatos para os diversos cargos. É tempo, portanto, de se informar ainda com mais empenho e mais responsabilidade. Está em jogo o futuro da educação, da saúde, da economia, do emprego, da moralidade pública, da preservação ambiental e de tantos outros temas que afetam diretamente a vida e os sonhos da população.

Numa República, todos são iguais perante a lei. Mas, se o princípio da igualdade vale sempre, a eleição é uma das ocasiões em que se vivencia de forma mais explícita sua força. Seja qual for sua raça, origem, credo religioso, orientação ideológica, grau de instrução, situação patrimonial ou local de residência, todas as mulheres e todos os homens têm exatamente o mesmo direito de intervir no futuro do País. Nas urnas, a voz de cada um tem rigorosamente o mesmo valor. Campanha eleitoral é, portanto, momento por excelência de respeito e diálogo. O bom funcionamento da democracia demanda essa livre circulação de ideias.

Se toda campanha eleitoral tem traços comuns, a de 2022 tem características próprias. É a primeira campanha eleitoral desde a Constituição de 1988 que foi precedida por ataques sistemáticos do presidente da República contra as urnas eletrônicas, por suas tentativas de interferência na apuração dos votos e por suas insinuações de que pode vir a não respeitar o resul-

tado das eleições.

Trata-se de fenômeno inteiramente inédito, que deve despertar a vigilância máxima por parte da sociedade e das instituições. Em regimes democráticos, o Poder Executivo não interfere na realização das eleições e os eleitos tomam posse. É preciso advertir, no entanto, que a retórica golpista de Jair Bolsonaro também tensiona a democracia noutro aspecto, igualmente fundamental. Ao colocar em dúvida a lisura do processo eleitoral, ela pode dificultar – ou mesmo interditar – o imprevisível debate sobre as propostas para os problemas nacionais.

Campanha eleitoral deve ser ocasião de especial normalidade institucional precisamente para que todos possam livre e serenamente pensar as questões nacionais, dialogar com quem queira e fazer suas escolhas políticas. Não é tempo de medo, suscitando na população temores de que as regras do jogo talvez não sejam cumpridas. Em função disso, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) determinou, de forma prudente e dentro da lei, no exercício de suas atribuições institucionais, que a desinformação sobre o processo eleitoral seja coibida e exemplarmente punida, podendo inclusive suscitar a cassação de candidaturas.

A pauta da campanha eleitoral não são as urnas eletrônicas, o que representaria um perverso diversionismo, privando a população de conhecer, refletir e debater sobre o que realmente importa para o País. É hora de enfrentar os temas com responsabilidade, conhecendo os candidatos, suas trajetórias e suas propostas. ■

Trump não está acima da lei

A sociedade americana debate se é conveniente politicamente investigar Donald Trump. Não cabe nenhuma dúvida. No Estado de Direito, todos devem responder por seus atos

A igualdade de todos perante a lei é um dos princípios republicanos que poucos países no mundo levam tão a sério como os Estados Unidos. Ali, a jurisprudência da Suprema Corte, ao longo de séculos, tem sido consistente na defesa do primado da isonomia. De modo que é surpreendente que o debate público naquele país esteja hoje debaixo sobre a seguinte questão: investigar ou não o ex-presidente Donald Trump? Não deveria haver dúvida. Ninguém está acima da lei.

Sobre Donald Trump pairam suspeitas de uso do cargo público para obtenção de vantagens financeiras particulares e de guarda irregular de documentos ultrassecretos, incluindo informações que envolvem a segurança nacio-

nal dos Estados Unidos. Há investigações em andamento para apurar esses fatos. Na semana passada, agentes do FBI realizaram uma operação de busca na casa do ex-presidente republicano em Mar-a-Lago, um resort privado em Palm Beach, na Flórida. Além disso, Donald Trump pode ser processado por seu papel de liderança na tentativa de subversão de 6 de janeiro de 2021, quando uma horda de seus apoiadores, sob o lema do então presidente, invadiu o Capitólio para sustar a certificação da vitória do democrata Joe Biden.

Na discussão sobre a conveniência de investigar Donald Trump, argumenta-se que as autoridades políticas e judiciais dos Estados Unidos precisam fazer uma ponderação entre dois valores: a igualdade de todos perante a lei e a paz social. Investigar Donald Trump

e processá-lo, argumentam os contrários à ação, ampliaria a divisão da sociedade americana, já bastante cindida, o que, no limite, poderia provocar uma tensão social de tal monta que uma “guerra civil” não poderia ser descartada. Em outras palavras: Donald Trump não deveria ser investigado porque tem muitos apoiadores, e não poucos deles são fanáticos o bastante para pegar em armas e matar ou morrer em sua defesa.

Por outro lado, os que defendem a investigação do ex-presidente republicano sustentam que tratá-lo de modo diferenciado seria ferir de morte um princípio fundamental dos Estados Unidos: a estrita igualdade de todos os cidadãos perante a lei.

A rigor, não deveria haver esse tipo de discussão. Os valores da igualdade e da paz social não são antagônicos. Na realidade, exigem-se mutuamente. Alcança-se a paz cumprindo a lei, e não o contrário. Por isso, num Estado de Direito, não deve haver dúvidas quanto à necessidade de dar continuidade a uma investigação quando, pelos critérios legais – aplicáveis a todos os cidadãos –, há elementos suficientes para isso.

No caso de Donald Trump, as investigações podem custar-lhe anos de cadeia e a ineligibilidade, especialmente por seu papel de liderança no 6 de Janeiro. A Seção 3 da 14.ª Emenda da

Constituição americana proíbe que qualquer cidadão que tome parte de “insurreição ou rebelião contra os Estados Unidos” ocupe cargos públicos federais.

No Brasil, houve, anos atrás, alegações de que a investigação do petista Lula da Silva, que também conta com um grande número de seguidores, “convulsionalista” o País. Os temores mostraram-se injustificados. Lula foi investigado, processado e condenado, e não houve nenhuma convulsão social. Cumpriu parte da pena e foi solto quando o Poder Judiciário decidiu que havia razões legais para soltá-lo. Agora, há quem queira atribuir esse mesmo tipo de imundície a Jair Bolsonaro. Com tantos seguidores – muitos deles armados –, seria arriscado pretender que a Justiça aplique a lei sobre os atos de Jair Bolsonaro. As consequências poderiam ser imprevisíveis, dizem.

O Judiciário deve aplicar a lei, de forma isenta e serena, sem medo de eventuais repercussões políticas – e sem receio de ser tachado de parcial. Quando se trata do cumprimento da lei, não há espaço para cálculos políticos. A pretensão de que alguns cidadãos ou grupos tenham um tratamento diferenciado em razão de sua popularidade contraria o princípio da igualdade e a própria ideia de justiça, que demanda imparcialidade. O Estado não pode ser refém de ninguém. ■

Fonte: captura de tela feita pelo autor

Ao final da busca foi coletado um *corpus* de 58 editoriais publicados entre os dias 16 de agosto de 2022 – início oficial das campanhas eleitorais – e 31 de outubro de 2022 – dia seguinte ao segundo turno. Com o objetivo de preservar o *corpus* no caso de algum imprevisto, todos os textos foram escaneados, transformados em PDF pela extensão *GoFullPage*, do *Google Chrome*, e armazenados em uma pasta do *Google Drive*. Na tabela a seguir são apresentados os dados quantitativos referentes à coleta e aos meses observados.

Tabela 1: Editoriais do *corpus* e os meses de publicação

EDITORIAIS	
Agosto	13
Setembro	19
Outubro	26
Total	58

Fonte: elaborado pelo autor

O material empírico será analisado à luz da Análise de Conteúdo (AC) de matriz qualitativa (Herscovitz, 2007; Bauer, 2008; Mayring, 2014). Apesar do manual utilizado para esta pesquisa ser voltado para a AC quantitativa, Rafael Cardoso Sampaio e Diógenes Lycarião (2021) afirmam que a metodologia pode ser híbrida, mesclando técnicas quantitativas e qualitativas. Um dos trunfos da AC é a sua versatilidade, podendo ser utilizada como o método principal, como é o caso desta pesquisa, ou como uma preparação para um segundo instrumental, a exemplo dissertação de Luiz Henrique Zart (2024), que utiliza a AC como apoio para uma Análise de Narrativa das reportagens sobre a seleção argentina publicadas no portal *Trivela* durante a Copa do Mundo de 2022.

Da infinidade de campos em que as técnicas da Análise de Conteúdo podem ser aplicadas, no jornalismo a metodologia tem sido bastante utilizada pelos pesquisadores da área. O primeiro a usar as técnicas da AC para estudos de mídia foi Harold Laswell, em 1927, conforme lembra Heloiza Herscovitz, (2007). Para o autor, a AC era eficaz porque conseguia descrever “com objetividade e precisão o que era dito sobre um determinado tema, num determinado lugar num determinado espaço” (Herscovitz, 2007, p. 124). O método se torna popular em 1950 e, com isso, surgem críticas vindas de investigadores de viés qualitativo e quantitativo. O primeiro grupo criticava a metodologia pela superficialidade, por conta de desconsiderar conteúdos e contextos, além de “dar margem para simplificações e distorções qualitativas” (Herscovitz, 2007, p. 125). Já os pesquisadores quantitativos a criticavam pela falta de rigor na categorização e por não ser plenamente replicável (Herscovitz, 2007).

De acordo com Sampaio e Lycarião (2021), uma boa Análise de Conteúdo precisa ter validade, confiabilidade e replicabilidade. A validade, segundo os pesquisadores, seria um julgamento sobre a pertinência epistemológica em relação à pesquisa. A confiabilidade remete à estabilidade e precisão do instrumento utilizado e a replicabilidade é a capacidade de testar a

qualidade das duas últimas instâncias, ou seja: o método desenvolvido deve ser replicável por outros pesquisadores (Sampaio; Lycarião, 2021). Para ajudar na replicabilidade, o método deve estar bem descrito e o acesso ao material deve ser disponibilizado para uma nova análise, ou até mesmo uma nova codificação.

O livro de códigos permite que a análise seja replicável, e essa replicabilidade é pertinente não exclusivamente para a confiabilidade da pesquisa, caso haja altos níveis de convergência entre os codificadores, mas também para o avanço da metodologia no caso de críticas (Sampaio; Lycarião, 2021). Para esta dissertação, a formatação do livro de códigos²⁰ foi inspirada no que está presente na tese de doutorado de Giulia Fontes (2022), defendida no Programa de Pós-Graduação em Ciência Política da Universidade Federal do Paraná (UFPR).

Quadro 1: Livro de códigos

Categorias	Descrição	Códigos	Exemplos
1. Temas	Essa categoria serve para identificação do principal assunto tratado em cada editorial. É necessária a atenção do codificador em todas as etapas do texto (título, linha fina e corpo). O codificador deve escolher somente um dos código ao lado	1. Ditadura x democracia (relações de Lula com políticos autoritários; ações antidemocráticas de Lula; contradição)	A democracia segundo Lula Petista se apresenta como 'salvador' da democracia no Brasil, que goza de boa saúde, mas é incapaz de condenar uma real ditadura, como a da Venezuela do 'companheiro' Maduro EXCLUSIVO PARA ASSINANTES Publicado por O Estado de S. Paulo em 26/08/2022
		2. Bolsonaro e Lula como equivalentes (tentativas do <i>Estadão</i> de equiparar Lula a Bolsonaro, seja politicamente ou estrategicamente durante a campanha)	No dia em que os brasileiros irão às urnas para escolher quem governará o País nos próximos quatro anos, este jornal se considera no dever de recomendar que os eleitores rejeitem tanto o atual presidente, Jair Bolsonaro, como o petista Lula da Silva, que pretende voltar ao poder depois de 12 anos. Ao contrário do que ambos querem fazer parecer, ainda estamos no primeiro turno, ou seja, há vários outros candidatos, alguns seguramente melhores que Bolsonaro e Lula – que, cada um à sua maneira, violentam vários dos princípios que orientam o <i>Estadão</i> há mais de um século. Publicado por O Estado de S. Paulo em 02/10/2022
		3. Dúvidas sobre Lula (quando o <i>Estadão</i> põe a capacidade de governabilidade de Lula à prova)	Se é um imenso alívio pensar que o Brasil não terá, pelos próximos quatro anos, Jair Bolsonaro na Presidência da República, é preciso reconhecer que o resultado das eleições deste domingo está longe de desanuviar o horizonte nacional. Em primeiro lugar, o próximo governo de Luiz Inácio Lula da Silva é ainda uma imensa incógnita. A campanha eleitoral foi toda baseada em desqualificar o adversário. Mesmo os mais fiéis apoiadores petistas não sabem como será o novo governo do PT. Publicado por O Estado de S. Paulo em 31/10/2022

Fonte: elaborado pelo autor

A pesquisadora Heloíza Herscovitz define a Análise de Conteúdo aplicada ao jornalismo como um

método de pesquisa que recolhe e analisa textos, sons, símbolos e imagens impressas, gravadas ou veiculadas em forma eletrônica ou digital encontrados na mídia a partir de uma amostra aleatória ou não dos objetos estudados com o objetivo de fazer inferências sobre seus conteúdos e formatos enquadrando-os em categorias previamente testadas, mutuamente exclusivas e passíveis de replicação. A

²⁰ Disponível em:

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1oqY7lR7EpEX_LktB1EOb8yEwE5ZAdMY83Z3WQuWuJ9c/edit?usp=drive_link

identificação sistemática de tendências e representações obtém melhores resultados quando emprega ao mesmo tempo a análise quantitativa (contagem de frequências do conteúdo manifesto) e a análise qualitativa (avaliação do conteúdo latente a partir do sentido geral dos textos, do contexto onde aparece, dos meios que o veiculam e/ou dos públicos aos quais se destina) (Herscovitz, 2007, p. 126-127).

Herscovitz (2007), ao elencar diversos materiais jornalísticos em que a AC pode ser realizada, inclui a imagem pública como algo que pode ser apreendido a partir das técnicas da AC. Ou seja, é pertinente usar a Análise de Conteúdo para identificar a constituição da imagem pública do candidato Luiz Inácio Lula da Silva nos editoriais do jornal *O Estado de S. Paulo* durante as eleições presidenciais de 2022.

A partir das reflexões feitas na fundamentação teórica e da pesquisa exploratória aos editoriais de nosso *corpus*, foram criadas seis categorias de análise: *Temas*; *Atores relacionados*; *Ocorrências passadas*; *recomendações sobre o que Lula deve fazer*; *Adjetivos e outras expressões que qualificam Lula*; *Aspectos de desinformação*. Elas serão explicadas na sequência. Também foi criada uma coluna chamada *Observações e Destaques*, com o intuito de incluir as percepções do pesquisador/codificador e trechos importantes dos editoriais. A tabela criada (Anexo A) foi inspirada nas dissertações de Thais Freitas (2021), Keltryn Wendland (2020) e Laura Lima (2018).

Apesar de Thais e Keltryn trabalharem com o conceito de representação do sociólogo Serge Moscovici como operador metodológico, a pesquisa pode ser adaptada para os estudos de imagem pública, que é a proposta de Lima (2018) ao analisar a constituição midiática da imagem de Dilma Rousseff e Michel Temer durante o processo de *impeachment* em 2016.

Na primeira categoria, denominada *Temas*, busca-se identificar os eixos temáticos ou assuntos predominantes nos editoriais. Assim como feito na pesquisa de Keltryn Weldland (2020), entende-se que os temas aos quais os atores são vinculados produzem determinadas representações ou imagens sobre eles. Por exemplo, um editorial que menciona Lula ou o inscreve em uma discussão sobre democracia e ditadura, sugere determinada faceta para a imagem pública de Lula, associando-o a práticas autoritárias, ditatoriais, etc.

A segunda categoria, *Atores relacionados*, refere-se às figuras públicas com as quais o *Estadão* estabelece alguma associação a Lula. A associação a algo ou alguém é um fator relevante na construção de representações ou imagens (Wendland, 2020), inclusive no caso da constituição da imagem pública de um político, pois os representantes possuem diferentes percepções do público, a depender do extrato da esfera pública (Gomes, 2025; Weber, 2004).

A terceira categoria, *Ocorrências passadas*, versa sobre os passados aos quais Lula é associado, sejam acontecimentos, temas ou agendas com as quais esteve envolvido ou que são

relacionados a ele e a sua trajetória. Baseado em outros estudos que relacionam a imagem de figuras públicas a acontecimentos por eles vivenciados (Silva, Simões, 2020), entendemos aqui que as ocorrências passadas acionadas para tentar explicar a atuação ou posicionamentos presentes dos atores (neste caso Lula), produzem ou reforçam determinados sentidos sobre ele no presente, sugerindo também determinada imagem.

A quarta categoria, *Recomendações sobre o que Lula deve fazer*, refere-se a uma característica observada nos editoriais, que sinaliza aos atores políticos aquilo que eles devem fazer (Marques de Melo, 2003; Guerreiro Neto, 2017), seja nas campanhas ou quando assumem o poder. Nesta categoria, portanto, buscamos identificar o que *O Estado de S. Paulo* sugere que Lula faça ou deixe de fazer na campanha, e posteriormente caso vença as eleições. Entendemos que nestas indicações normativas do jornal existem sentidos que projetam determinadas imagens a respeito do ator político.

A quinta categoria, *Adjetivos e outras expressões que qualificam Lula*, procura apreender as características ou qualificações atribuídas a Lula pelos editoriais do *Estadão*. Se a adjetivação é algo pouco usual no jornalismo informativo – salvo no discurso das fontes de informação –, ela é comum no jornalismo de opinião. De acordo com Wilson Gomes (2025), quanto mais resumida for a imagem pública, mais eficaz ela é dentro da esfera pública. Se um ator for resumido a um adjetivo, por exemplo, mais fácil de ela se tornar parte do senso comum. Trata-se, aqui, portanto, de identificar adjetivos e outras formas de caracterizar Lula pelo OESP.

A sexta e última categoria, *Aspectos de desinformação*, busca identificar elementos que aproximam a opinião expressa pelo *Estadão* de desinformação a respeito de Lula, suas ações e posicionamentos. Neste caso, se enquadram opiniões sobre fatos passíveis de serem checados, mas que não procedem ou são infundados; e fatos difíceis de serem comprovados, meias-verdades ou opiniões não contextualizadas de maneira adequada, etc.

Para a codificação dos editoriais selecionados, foi elaborada uma tabela²¹ baseada na de Thais Freitas (2021) em sua dissertação, defendida no Programa de Pós-Graduação em Jornalismo (PPGJor) da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Adaptações foram feitas para dar conta dos objetivos desta pesquisa, que além de utilizar outro conceito – imagem pública –, utiliza outro material empírico – editoriais do jornal *O Estado de S. Paulo* –

²¹ Disponível em:

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1XdvRRY5bq1lFqa95T7VxoaulVvxGzj6MDk95aH3nZnQ/edit?usp=drive_link

e tem um objeto de estudo diferente – Luiz Inácio Lula da Silva. Os códigos elaborados para cada categoria surgiram após a leitura do *corpus*

A tabela, dividida em três partes, está estruturada da seguinte forma: em roxo estão as informações técnicas do editorial. Começando pelo número, para fins de organização e contabilização do material empírico. Em seguida estão dispostos o título do editorial, data de publicação e link para acesso. Em amarelo estão as seis categorias de análise que receberão os códigos, e em azul encontra-se a coluna de *Observações e Destaques*, reservado para os trechos considerados significativos dos textos analisados.

Figura 2: Cabeçalho tabela de análise

Os editoriais selecionados para análise são os que mencionaram Lula no título, linha fina ou corpo do texto										
Período de coleta: 16 de agosto a 31 de outubro de 2022										
Total de editoriais selecionados: 58										
Nº	Título	Data	Link	1. Temas	2. Atores relacionados	3. Ocorrências passadas	4. O que Lula deve fazer?	5. Adjetivos/ qualificativos	6. Aspectos de desinformação	Observações

Fonte: Elaborado pelo autor

5 A IMAGEM PÚBLICA DE LULA NAS ELEIÇÕES DE 2022

Neste capítulo encontra-se a análise dos 58 editoriais publicados pelo jornal *O Estado de S.Paulo* durante as eleições de 2022, com menções ao candidato Luiz Inácio Lula da Silva em qualquer parte do texto. As categorias de análise foram baseadas na literatura sobre imagem pública e como ela é constituída (Gomes, 2004, 2025; Weber, 2004, 2009, 2025), e em trabalhos que analisaram a imagem pública de atores políticos em veículos jornalísticos (Nava; Marques, 2019; Lima, 2018).

Com as categorias definidas, a próxima etapa foi a de codificação do material empírico. Os códigos foram sendo elaborados em conjunto com a leitura dos editoriais. De acordo com Rafael Sampaio e Diógenes Lycarião (2021), a codificação é a etapa de aplicação dos códigos, gerando assim um processo de agrupamento dos dados, formando assim as categorias. De maneira sintética, “um código geralmente irá resumir, filtrar ou condensar dados de acordo com os interesses de pesquisa. Em outras palavras, código é um rótulo ou uma etiqueta que usamos para classificar, qualificar, registrar partes do conteúdo de acordo com os objetivos da pesquisa” (Sampaio; Lycarião, 2021, p. 45).

Em resumo, *Temas* é uma categoria, enquanto *Ditadura x democracia*; *Bolsonaro e Lula como equivalentes*; *Dúvidas sobre Lula*; *Retórica do voto útil*; *Lula como vítima e Outros* (Anexo B) são os respectivos códigos, agrupamentos de pequenos fragmentos de texto que compõem a categoria *Temas*.

O ponto de partida da análise serão as categorias, e a partir delas, os códigos serão aprofundados, a fim de compreender como cada eixo pode contribuir para a identificação da imagem de Lula constituída nos editoriais do *Estadão* nas eleições de 2022. A sequência das categorias será a mesma da tabela usada para a codificação (Anexo B): *Temas*; *Atores relacionados*; *Ocorrências passadas*; *Recomendações sobre o que Lula deve fazer*; *Adjetivos e outras expressões que qualificam Lula*; *Aspectos de desinformação*. A sequência de apresentação dos códigos é a mesma do livro de códigos.

5.1 TEMAS

Nesta categoria, denominada **Temas**, estão os principais planos de fundo aos quais Lula é colocado pelos editoriais d’*O Estado de S.Paulo*. Analisar as temáticas associadas ao candidato do PT é fundamental, pois elas atuam como indução para a constituição da imagem pública de Lula. Após a leitura da empiria, foram encontrados quatro códigos: *Ditadura x*

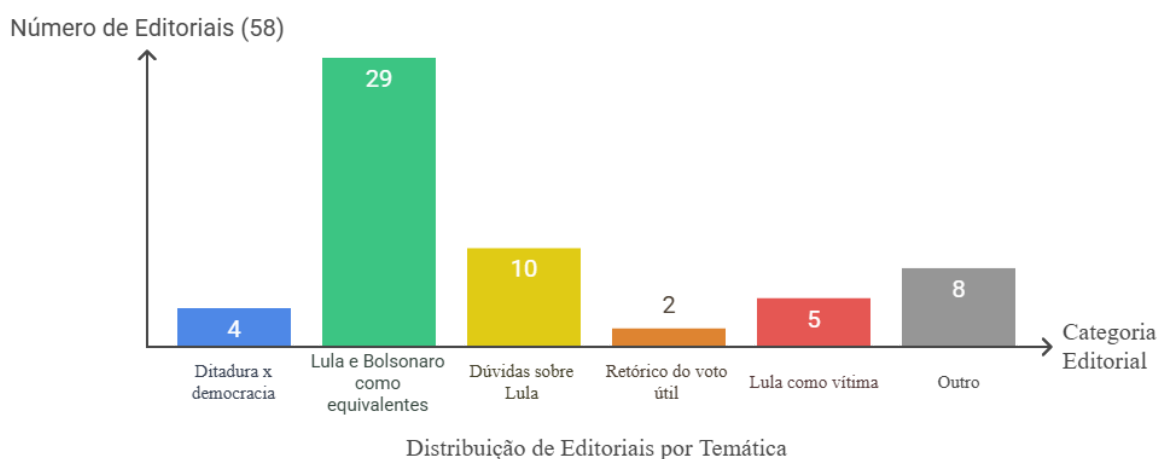
democracia; Bolsonaro e Lula como equivalentes; Dúvidas sobre Lula; Retórica do voto útil; Lula como vítima e Outros.

O código **Outros** diz respeito a editoriais em que Lula não é o protagonista, portanto é acionado uma ou poucas vezes, e quando essas menções acontecem, não podem ser encaixadas em nenhum outro grupo. Portanto, para não criar códigos com pouco material de análise, optou-se pela criação deste código. Um exemplo é dado por um trecho do editorial *Bolsonaro envergonha o país no Bicentenário*, publicado no dia 8 de setembro de 2025. O texto repercute as ações do ex-presidente Jair Bolsonaro durante as celebrações dos 200 anos da Independência do Brasil. No excerto em que Lula é mencionado, o *Estado* destaca o momento em que Bolsonaro compara Michelle Bolsonaro à Janja da Silva, esposa de Lula.

Em vez de festa da Independência, o País assistiu ontem a atos de campanha de reeleição no mais genuíno estilo bolsonarista. Jair Bolsonaro não propôs nada nem se comprometeu com algum programa de governo. Fez grosseria pública, chegando a comparar sua mulher, Michelle, com a do ex-presidente Lula (O Estado de S. Paulo, *Bolsonaro envergonha o país no Bicentenário*, 08/09/2025, on-line).

Após a codificação, os eixos temáticos são dispostos da seguinte forma:

Gráfico 1: Distribuição dos editoriais por tema tratado



Fonte: Elaborado pelo autor

Nota-se uma grande incidência do código *Lula e Bolsonaro como equivalentes*, com 29 editoriais, totalizando 50% do *corpus* analisado (58). O número indica a insistência do

Estadão em colocar Lula e Bolsonaro semelhantes, algo que não faz sentido, pois os políticos são diametralmente opostos.

Em segundo lugar, aparece o eixo *Dúvidas sobre Lula*, com 10 editoriais, o que representa 17,2% do *corpus*. Os questionamentos impostos a Lula pelo *Estadão* são predominantes ligados à suposta falta de apresentação de propostas por parte do candidato petista, além do seu passado, sempre mobilizado pelo jornal, principalmente os escândalos de corrupção.

O código *Lula como vítima* apareceu cinco vezes durante a codificação. Nele, estão reunidos os editoriais em que o candidato do PT seria lesado por atitudes vindas de seu adversário, Jair Bolsonaro, além de outras instituições e atores políticos. Durante a cobertura das eleições, o jornal destaca Lula como alvo e vítima de desinformação, e também expõe a necessidade de justificar coisas que, segundo o periódico, não são necessárias em um debate político, como a promessa de não fechar igrejas.

Retórica do voto útil e Ditadura x democracia possuem quatro editoriais cada e são os códigos com menor incidência, mas revelam aspectos interessantes. Um elemento mostrado pelos dados sintetizados no gráfico, é que na maioria dos temas Lula é tratado de forma negativa. Nenhum deles traz um tema positivo para o candidato. Isso revela, de antemão, que o jornal adotou uma postura predominantemente negativa com o petista, convergente com a posição histórica do veículo (Azevedo, 2018; Nava; Marques, 2019).

No próximo tópico, serão analisados os temas relacionados à suposta linha tênue de Lula entre ditadura e democracia.

5.1.1 Ditadura x democracia

O eixo temático intitulado *Ditadura x democracia* refere-se à dicotomia da imagem de Lula no *Estadão*, ao indicar as contradições de um político que se autodenomina o único candidato capaz de derrotar Bolsonaro e salvar a democracia, ao mesmo tempo que mantém relações amistosas com políticos considerados autoritários, caso dos presidentes Nicolás Maduro, da Venezuela, e Daniel Ortega, da Nicarágua.

É importante dizer que, em nenhum momento OESP trata Lula como um defensor da democracia, ou traz alguma característica democrática. Pelo contrário, o periódico está mais preocupado em destacar seus feitos antidemocráticos, principalmente a suposta admiração de Lula às ditaduras latino-americanas.

Conforme a análise, o *Estadão* parece ser mais contestador com o discurso de campanha de Lula, representando-o como um candidato que viola os princípios democráticos, e contrapondo a ideia do candidato do PT de se colocar como o salvador da democracia. A formação da frente ampla, colocando Lula e Alckmin, rivais históricos na década de 2000, como companheiros de chapa, reforça ainda mais o discurso lulista de ser o único candidato capaz de derrotar Bolsonaro e todos os perigos que ele representava para a democracia.

O jornal chega a explicitar em um título que *A democracia não depende de Lula*, pois, segundo o texto, como a democracia está sobrevivendo bem a Bolsonaro, Lula não teria nada a salvar. Dá a entender que o candidato petista estaria criando um espantinho de uma democracia em perigo, e a única salvação seria votar no Partido dos Trabalhadores logo no primeiro turno, não dando a chance de um segundo turno a Bolsonaro. A ideia de *voto útil* trazida por Lula é rejeitada pelo periódico, que considera uma atitude antidemocrática, pois não respeitaria os princípios do pluripartidarismo, constrangeria o eleitor e alimentaria a polarização política.

É cada vez mais evidente o clima de constrangimento a quem não adere ao lulismo no primeiro turno. Em vários setores da sociedade, há uma desqualificação de toda intenção de voto que não seja no candidato do PT, tratando-a não apenas como apoio à reeleição de Jair Bolsonaro, mas como uma explícita atitude antidemocrática (O Estado de S. Paulo, *A democracia não depende de Lula*, 24/09/2022, on-line).

Entretanto, o argumento central da postura antidemocrática de Lula é a relação com políticos autoritários de esquerda, principalmente a ligação com o governo chavista na Venezuela, hoje representado por Nicolás Maduro, o qual, segundo o *Estadão*, considera Lula como um *pai*. Para o jornal, o candidato do PT não consegue condenar as ditaduras de seus *companheiros*; ao contrário, as exalta dizendo que os líderes estão no poder pela autodeterminação dos povos, declaração considerada um desrespeito pelo *Estadão*.

Mais uma vez, Lula foi incapaz de criticar, mesmo de leve, a ditadura venezuelana. Enquanto poupava o “companheiro” ditador Nicolás Maduro, que no passado já se referiu a Lula como “um pai”, o petista chamou o líder opositorista venezuelano Juan Guaidó de “impostor” (O Estado de S. Paulo, *A democracia segundo Lula*, 26/08/2022, on-line).

Logo, chega a ser cruel esquivar-se de criticar a ditadura venezuelana a pretexto de respeitar o povo daquele país, como se esse povo fosse livre para decidir seu destino. Mas o que Lula faz é ainda pior: trata a tirania chavista como legítima e democrática (O Estado de S. Paulo, *A democracia segundo Lula*, 26/08/2022, on-line).

O histórico de Lula com o *Foro de São Paulo* também é lembrado pelo jornal, com o intuito de reforçar as contradições democráticas do petista e sua relação com chefes de Estado autoritários. Percebe-se que o *Estadão* não mede esforços para questionar o discurso lulista de se colocar como a salvação da democracia, e o jornal faz isso evocando um passado do candidato com esses líderes latino-americanos e caribenhos, que segundo o *Estadão*, corrompem os princípios democráticos que Lula diz defender.

Há alguns dias, o chefe petista Lula da Silva sugeriu que criou o Foro de São Paulo para moderar a esquerda latino-americana. “Fiz questão de chamar todo mundo aqui para dizer para os caras: ‘Ô, cara, a gente pode chegar pelo voto, a gente pode se organizar e acreditar no povo que a gente pode chegar pelo voto’. E obviamente que todo mundo chegou.” Obviamente que não. É um toque de ironia macabra que mais esse gesto de exaltação de um clube de autoritários, que defendeu o “direito” da ditadura de Daniel Ortega na Nicarágua de prender opositores (inclusive padres), tenha sido feito por Lula num encontro com freiras e padres (O Estado de S. Paulo, *As piruetas retóricas de Lula*, 21/10/2022, on-line).

Além de dizer que Lula não condena as ditaduras *amigas* do PT, o *Estadão* afirma que o candidato discursa em defesa desses chefes autoritários. Um dos exemplos dados pelo jornal é quando Lula questiona o porquê da cobrança aos limites de poder de Daniel Ortega, sendo que não acontece o mesmo com Angela Merkel, Chanceler da Alemanha por 16 anos – de 2005 a 2021. O jornal paulista também dá a entender que Lula admira líderes que detém o controle de poder de seus respectivos países, caso de Xi Jinping, presidente da China.

Com cinismo inacreditável mesmo para seus padrões, Lula perguntou, há menos de um ano, “qual é a lógica” de cobrar um limite ao poder de Ortega e não fazer o mesmo quando se tratava da chanceler alemã Angela Merkel, como se as segundas vitórias eleitorais de Merkel, em eleições limpas, pudessem se comparar ao regime de exceção nicaraguense. Também não faz muito tempo que Lula exprimiu admiração pelo “controle e poder de comando” do Partido Comunista da China – não por acaso, festejado pelo Foro de São Paulo em nota, no último dia 17, na qual cumprimentava o “camarada” Xi Jinping e seu “trabalho excepcional para melhorar as condições de vida de seu povo” – sem dedicar nenhuma palavra de condenação às conhecidas violações de direitos humanos na China (O Estado de S. Paulo, *As piruetas retóricas de Lula*, 21/10/2022, on-line).

Com esses argumentos, o *Estadão* defende que o PT advoga por um tipo peculiar de democracia. O jornal não especifica o tipo de democracia que Lula pretende salvar, não somente pela relação do partido com esses líderes, mas também com as supostas campanhas de difamação, capitaneadas pelo PT e seu *Grande Líder*, aos atores sociais que decidiram criticar a agremiação.

No entanto, apesar de todas as contradições democráticas de Lula, o *Estadão*, de maneira tímida, admite que um terceiro mandato do petista seria um *mal menor* que uma

reeleição de Bolsonaro, mas que mesmo assim, ainda traria grandes danos ao país. É visível o apelo do *Estadão* aos desvios e divergências morais de Lula: como um candidato que se coloca como a única salvação da democracia, tem/teve envolvimento com chefes de Estado como Castro, Ortega e Maduro? E, mais do que a relação política, ainda os defende e procura justificar seus atos e a maneira como chegaram ao poder.

Esse discurso do *Estadão* também coloca, de certa forma, uma equivalência entre Lula e seu principal adversário. Ora, se Bolsonaro representa ameaças à democracia do Brasil, o candidato do Partido dos Trabalhadores, por conta de suas relações com esses líderes, não tem o direito de reivindicar o posto de defensor da democracia. Vê-se que, de acordo com o jornal, a democracia nem precisaria ser salva; tratar-se-ia de uma estratégia retórica de Lula para angariar o voto popular.

No próximo tópico serão aprofundadas as equivalências feitas entre Lula e Bolsonaro pelos editoriais do jornal *O Estado de S.Paulo*.

5.1.2 Lula e Bolsonaro como equivalentes

O eixo temático *Lula e Bolsonaro como equivalentes* busca demonstrar como o *Estadão* não equipara somente as campanhas de Lula e Bolsonaro, mas também os compara como atores políticos, uma opinião equivocada já que os dois são diametralmente opostos.

Lula tem um histórico de luta operária, iniciada nas greves do ABC²², quando se tornou um dos principais líderes da esquerda brasileira (Morais, 2021). Ao longo de sua trajetória, Lula se consolidou como a figura central do Partido dos Trabalhadores, defendendo pautas sociais de ascensão das classes mais baixas.

Do outro lado, Bolsonaro é historicamente reconhecido como porta-voz das pautas reacionárias da extrema-direita, com um discurso saudosista à ditadura militar e de ataque às minorias (Mendes; Silva, 2022). Depois de eleito, protagonizou um governo marcado por uma postura autoritária com instituições democráticas e veículos de imprensa. Esse comportamento se intensificou durante a pandemia de covid-19, quando Bolsonaro negligenciou a compra de vacinas²³ e informações como número de mortos e internados, forçando a criação de um consórcio pela imprensa para a divulgação destes dados (Ferreira; Christofolletti, 2024).

²² As greves do ABC foram uma série de protestos de metalúrgicos, acontecidos entre 1978 e 1980. Os movimentos não foram importantes somente para mudanças laborais, mas também auxiliaram na redemocratização do país.

²³ Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-57104347>

Portanto, a equivalência entre Lula e Bolsonaro é incorreta e sem sentido, pois trata-se de dois políticos com trajetórias e visões sociais e políticas opostas. Quando o *Estadão* equipara os candidatos, estabelece uma falsa correspondência a fim de chegar ao ponto de que ambos são escolhas ruins para o cargo de presidente do Brasil. A equivalência entre Lula e Bolsonaro é a partir dos males e perigos que os dois oferecem ao país, como se as duas figuras fossem a mesma coisa.

Apesar de rejeitar Lula e Bolsonaro, o *Estadão* não declara voto em nenhum outro candidato, pelo contrário, joga a responsabilidade para o eleitor. Para corroborar este argumento, o jornal apresenta pesquisas de opinião expondo as altas taxas de rejeição dos dois principais postulantes ao cargo do Executivo.

Tal cenário revela que cerca de metade da população tem uma apreciação realista de quem é Lula e do que representa a volta do PT ao poder. E que a outra metade da população, que rejeita o bolsonarismo, entendeu bem o que significa Jair Bolsonaro na Presidência da República. Ao contrário do que às vezes se diz, o eleitor não está inteiramente desinformado – e não tem uma memória assim tão curta [...] As grandes taxas de rejeição de Lula e de Bolsonaro devem ser um estímulo para a população conhecer a fundo, durante o período de campanha eleitoral, os demais candidatos, suas trajetórias e suas propostas (O Estado de S. Paulo, *O voto é exercício de liberdade*, 24/08/2022, on-line).

Essa negação das duas principais alternativas ficou conhecida como “terceira via”, uma tentativa dos setores empresariais brasileiros de lançar um candidato diferente de Lula e Bolsonaro, fazendo um contraponto à polarização política. Um pré-candidato postulante a essa vaga era o ex-ministro Sergio Moro, que recebeu apoio de diversos setores – incluindo o *Estadão* – como apresenta o artigo de Filipe-Ferreira e Bomfim (2025).

Os autores analisam o *Drops/Estadão*, um jornal interativo publicado nos *stories* do perfil oficial do OESP no *Instagram* e os discursos emitidos a respeito de uma possível candidatura de Moro nas eleições de 2022. Na literatura da Ciência Política, o termo terceira via é associado a movimentos que mesclavam ideias liberais e de esquerda. No caso de Moro, o *Estadão* traz uma concepção nova ao conceito, dessa vez ao apoiar um candidato abertamente de direita, mas que servia como uma alternativa a Lula e Bolsonaro (Filipe-Ferreira; Bomfim, 2025).

Com o fracasso da candidatura de Moro à presidência da República, o rótulo da terceira via acabou migrando para candidatos com pouca expressão política, culminando em um fenômeno com pouco impacto na opinião pública, pois nenhum outro candidato conseguia chegar próximo do capital político de Lula e Bolsonaro (Sena Júnior; Miguel; Filgueiras, 2023). Tanto a tentativa de fabricar uma terceira via capaz de contestar Lula e Bolsonaro,

como a própria ideia da polarização acabam criando uma equivalência entre dois atores antagônicos politicamente.

O trabalho de Rebouças *et al.* (2022) já notou essa equiparação entre Bolsonaro e Lula ao analisar como os dois principais jornais da cidade de São Paulo: *Folha* e *Estadão*, utilizavam o conceito *populista* para se referir aos dois presidentes através de seus editoriais. Nas comparações entre Lula e Bolsonaro, Rebouças *et al.* (2022) percebem que os jornais estabelecem equivalência entre os dois no estilo pessoal e político, considerando-os populistas. É curiosa a equivalência justamente nesses pontos, pois são exatamente esses aspectos que os diferenciam.

Já OESP relaciona o estilo populista de Lula e Bolsonaro às seguintes características e discursos: linguajar e comportamento que aviltam a política; estilo que representa o atraso e que põe em risco a democracia; discurso que suscita descrença no sistema político e valoriza a “delinquência” como meio de conquista e manutenção do poder; e adoção do discurso da “herança maldita” em relação a governos anteriores, colocando-se como únicos representantes legítimos do povo. Em apenas uma ocorrência, OESP relaciona o populismo de Lula e Bolsonaro a uma política determinada: a manutenção e ampliação do programa Bolsa Família com caráter eleitoreiro (Rebouças *et al.*, 2022, p. 136).

A conclusão trazida pelos pesquisadores é de que os jornais utilizam o termo *populismo* – um conceito sem consenso acadêmico e com ampla discussão nas ciências sociais e políticas – de forma instrumentalizada com fins de estabelecer uma equivalência entre dois candidatos opostos, igualando dois atores que não podem ser igualados (Rebouças *et al.*, 2022).

Outra equivalência trazida pelo *Estadão*, são os erros que ambos cometeram como presidentes do Brasil. No caso de Bolsonaro, o jornal destaca a postura autoritária, os discursos inflamados e a gestão negligente durante a pandemia de covid-19. A respeito de Lula são mobilizados assuntos constantemente relacionados ao PT: corrupção durante os governos e a relação com ditaduras latino-americanas, nada disso reconhecido por Lula e o partido. No que tange à corrupção, o *Estadão* não afirma que Lula teve alguma participação direta, mas por outro lado, diz que grande parte dos desvios de recursos aconteceram durante os governos petistas, desvios esses não reconhecidos por Lula.

O PT produziu a mais grave crise moral, política e econômica da história recente do País, não reconheceu suas responsabilidades e agora deseja voltar ao poder vendendo a falácia de que disso depende a manutenção da democracia no Brasil e a redenção dos pobres. É o lulopetismo em estado puro (O Estado de S. Paulo, *Nem Lula, nem Bolsonaro*, 02/10/2022, on-line).

Ora, o Lula da Silva que hoje se apresenta como o experiente artífice da reconciliação tão desejada pelos brasileiros é aquele líder cujo partido hostilizou todos os governos aos quais fez oposição, jamais reconheceu os méritos dos articuladores da estabilização da economia nos anos 90 e sabotou os esforços para estabelecer a responsabilidade fiscal. O Lula que se declara “inocente” em relação a graves denúncias de corrupção, como se fosse a alma mais honesta do mundo, é o mesmo que até hoje foi incapaz de reconhecer os comprovados desvios de bilhões em recursos públicos durante os governos petistas, muitos dos quais ocorridos nas suas barbas. O Lula que hoje quer ser visto como salvador da democracia é o mesmo que nutre devoção religiosa à ditadura cubana e que é incapaz de condenar a tirania dos companheiros Nicolás Maduro na Venezuela e Daniel Ortega na Nicarágua, além de defender sistematicamente a “regulação da mídia”, nome fantasia para seus devaneios censórios (O Estado de S. Paulo, *Nem Lula, nem Bolsonaro*, 02/10/2022, on-line).

A última tentativa do jornal paulista de instruir os eleitores a rejeitarem Lula e Bolsonaro foi no primeiro turno das eleições, com a publicação do editorial *Nem Bolsonaro, nem Lula*. O texto, um sucessor da opinião publicada em 2018 – *Uma escolha muito difícil* –, reflete sobre como Bolsonaro e Lula são maléficos, e sugere que o eleitor escolha outro(a) candidato(a), mas não cita nenhum(a). Com a confirmação de um segundo turno entre os favoritos, o *Estadão* vê a situação como “o pior dos pesadelos”.

Eis o que dá confiar em Luiz Inácio Lula da Silva para “salvar a democracia”. Mesmo tendo por adversário Jair Bolsonaro – o presidente que fez por merecer a mais alta rejeição no cargo –, o líder petista mostrou-se incapaz de reunir a maioria do eleitorado em torno de sua candidatura. Agora, o Brasil terá o suplício de mais quatro semanas de uma campanha eleitoral que não apenas foi até aqui a mais desprovida de propostas e ideias da história nacional recente, como entra numa fase ainda mais sofrível, ao resumir-se a dois candidatos que são, cada um a seu modo, a exata antítese do que o País precisa [...] Lula e Bolsonaro se merecem, mas o País não os merece (O Estado de S. Paulo, *O pior dos pesadelos*, 03/10/2022, on-line).

Mesmo com a definição do segundo turno entre os dois candidatos, *O Estado de S. Paulo* insiste em estabelecer equivalências entre os dois. Em 30 de outubro de 2022, o jornal novamente “lava as mãos” e não declara apoio a nenhum dos candidatos, optando por pedir que o eleitor pondere e escolha o mais qualificado para o posto de presidente da república. Segundo o *Estadão*, tanto Lula como Bolsonaro foram artífices da polarização política, pois fomentaram os dissensos ao invés de tentarem pacificar e unir o povo brasileiro.

Lula e Bolsonaro, indubitavelmente, são os dois líderes políticos mais populares da Nova República. Entretanto, ambos foram incapazes de usar sua enorme popularidade para inspirar em seus governados, como faria um verdadeiro estadista, o reconhecimento dos valores e aspirações comuns que nos unem como brasileiros. Ao contrário. Tanto um como outro foram hábeis em diversos momentos de suas trajetórias políticas em lançar luz justamente sobre os pontos de dissenso entre os cidadãos, explorando-os como arma eleitoral (O Estado de S. Paulo, *Um voto pela pacificação do Brasil*, 30/10/2022, on-line)

O eixo temático *Lula e Bolsonaro como equivalentes* é o que possui mais incidências (29), representando metade do *corpus*. O grande número de editoriais que compõem esse tema destaca a insistência d’*O Estado de S.Paulo* em colocar Lula e Bolsonaro como políticos semelhantes, como ameaças ao Brasil, seja pelo que fizeram enquanto presidentes, ou pelo que não apresentaram durante suas campanhas.

Enquanto havia outros candidatos na disputa, o objetivo era emplacar uma terceira via sem nome, pois não havia sinalização de quem o jornal apoiava. Quando sobraram apenas Lula e Bolsonaro na disputa, o *Estadão* continuou a compará-los, e novamente não declarou apoio a nenhum dos dois.

É verdade que, conforme visto no último eixo analisado, o jornal afirmou de maneira tímida que Lula seria um “mal menor” que Bolsonaro. No entanto, mesmo assim o periódico continuou apontando os erros do petista e dizendo que ele, assim como seu adversário, seria uma escolha ruim para o futuro do país, sempre questionando a capacidade de Lula manter a saúde econômica do Brasil e não desviar moralmente do ofício de presidente. Essas dúvidas elencadas pelo *Estadão* serão abordadas no próximo tópico.

5.1.3 Dúvidas sobre Lula

Neste eixo temático estão os principais questionamentos direcionados a Lula da Silva. Ao ter conhecimento do histórico crítico d’*O Estado de S.Paulo* com o Partido dos Trabalhadores e seu candidato, seria plausível supor que os caminhos de um possível terceiro governo de Lula seriam questionados. As principais dúvidas levantadas pelo jornal dizem respeito ao plano de governo, que segundo o *Estadão*, são uma incógnita, pois nem mesmo os apoiadores mais fanáticos do partido sabem como seria a condução do Brasil no caso de um Lula 3.

Nota-se que todas as dúvidas do *Estadão* com Lula giram em torno da suposta falta de apresentação do plano de governo. De acordo com o jornal, o candidato do PT estaria mais preocupado em atacar e rebater as críticas de Bolsonaro do que apresentar propostas para o futuro do Brasil. A tarefa de pacificar o Brasil também é um dos desafios impostos a Lula, questionando se o petista conseguiria arrefecer os ânimos de um país tão polarizado.

Mas nada mudou: como mostra a entrevista do demiurgo de Garanhuns à *Economist*, não há razão para acreditar que Lula da Silva tenha a intenção de demonstrar

contrição pelos inúmeros erros e desvios que ele e seus companheiros cometeram (O Estado de S. Paulo, *Os petistas, ora vejamos, estão cansados*, 21/09/2022, on-line).

Se é um imenso alívio pensar que o Brasil não terá, pelos próximos quatro anos, Jair Bolsonaro na Presidência da República, é preciso reconhecer que o resultado das eleições deste domingo está longe de desanuviar o horizonte nacional. Em primeiro lugar, o próximo governo de Luiz Inácio Lula da Silva é ainda uma imensa incógnita. A campanha eleitoral foi toda baseada em desqualificar o adversário. Mesmo os mais fiéis apoiadores petistas não sabem como será o novo governo do PT (O Estado de S. Paulo, *Lula tem o dever de arrefecer os ânimos*, 31/10/2022, on-line).

Como um periódico ligado às elites empresariais (Azevedo, 2006), o *Estadão* possui um viés predominante liberal (Albuquerque, 2002), portanto uma das principais dúvidas do jornal é a respeito de como Lula conduzirá a economia em caso de vitória. Um dos questionamentos é se o petista irá repetir o suposto descaso com o dinheiro público, amplamente criticado pelo *Estadão*. Essa fiscalização aumenta quando economistas liberais ligados ao Plano Real, como Pedro Malan, Perseu Arida, Armínio Fraga e Edmar Bacha declaram apoio a Lula na eleição, alegando estarem preocupados com a estabilidade econômica.

Entretanto, se esses economistas não colocaram um ponto de interrogação sobre Lula, não se pode dizer o mesmo a respeito de Henrique Meirelles. Ao apoiar o candidato do PT ainda no primeiro turno, Meirelles afirmou não saber o que esperar de um terceiro governo petista. O *Estadão* elogia a lucidez do ex-presidente do Banco Central e reforça a ideia de que Lula precisa apresentar um plano econômico para justificar o apoio de economistas liberais renomados.

No segundo turno das eleições, Luiz Inácio Lula da Silva recebeu o apoio de importantes economistas, a começar pelos chamados “pais” do Plano Real. Henrique Meirelles se antecipou e declarou o voto no petista já no primeiro turno. Mas se o apoio do ex-presidente do Banco Central (nos governos Lula) e ex-ministro da Fazenda (no governo Temer) é inequívoco, nem por isso deixa de ser lúcido. “Vimos três governos diferentes de Lula”, disse à consultoria Eurasia. “O primeiro com responsabilidade fiscal. O segundo com algum alívio do lado fiscal e mais aberto a demandas políticas. O terceiro (a gestão Dilma Rousseff), não sendo presidente, mas com o apoio de Lula, terminou em recessão. A grande questão agora é qual Lula assumirá se de fato vencer”. É uma excelente pergunta (O Estado de S. Paulo, *O risco Lula*, 22/10/2022, on-line).

A nota diz tudo sobre o posicionamento do grupo – e, a despeito de seu tamanho, não é pouco. Não há imposição de condições para o anúncio de apoio à candidatura de Lula. Não há sugestão sobre a âncora a ser adotada em substituição ao teto de gastos. Não há críticas à heterodoxia que marcou o segundo mandato do petista e que foi extrapolada por sua sucessora, a ex-presidente Dilma Rousseff. Esses são conceitos que estão implícitos no pensamento liberal que norteou a atuação desses economistas, e que foram deixados de lado pelo retrocesso civilizatório e pela ameaça democrática que o grupo vê na reeleição do presidente Jair Bolsonaro. Logo, é dever de Lula e sua equipe de campanha fazerem jus a esse inestimável voto de

confiança e apresentarem compromissos claros e críveis que conduzam o País a uma rota de desenvolvimento econômico sustentável (O Estado de S. Paulo, *Lula precisa fazer jus a tanto apoio*, 07/10/2022, on-line).

Apesar de ser o segundo eixo temático com mais incidências (10), percebe-se que as dúvidas direcionadas a Lula versam basicamente sobre as mesmas coisas: será que o PT vai cometer os mesmos erros do passado? Será que o PT será cuidadoso com a economia? O *Estadão* é praticamente monotemático com os questionamentos, sempre mobilizando acontecimentos do passado para embasar essas interrogações, mas que, na maioria dos casos, giram em torno dos dois temas citados.

No próximo tópico, serão apresentadas e interpretadas as percepções do jornal paulista a respeito da estratégia do voto útil, utilizada por Lula para derrotar Bolsonaro ainda no primeiro turno.

5.1.4 Retórica do voto útil

O eixo temático *Retórica do voto útil* reúne os editoriais em que o *Estadão* emitiu sua opinião a respeito da estratégia utilizada por Lula para liquidar a eleição ainda no primeiro turno. De acordo com o jornal, o intuito do petista seria o de salvar a democracia sem dar chances para Jair Bolsonaro em um possível segundo turno. Apesar do plano não ter sido bem-sucedido, *O Estado de S. Paulo* não deixou de tecer críticas sobre a tática do candidato do PT. Segundo o periódico, a atitude de Lula da Silva seria antidemocrática, pois induzia o povo a ignorar as demais candidaturas, colocando um dualismo já no primeiro turno eleitoral. Isso seria um desrespeito não somente com o votante, mas com os outros postulantes ao cargo, que já seriam excluídos do pleito de maneira antecipada.

Ainda de acordo com os editoriais, a estratégia lulista transferiu-se para a opinião pública, gerando constrangimento em quem não aderiu à campanha do PT já no primeiro turno. A retórica do voto útil, segundo o jornal, servia para Lula continuar a jornada eleitoral sem apresentar propostas de governo e sem discutir temas frágeis, como os erros das gestões passadas. Portanto, a tese do *Estadão* é de que Lula precisa de Bolsonaro para se eleger, pois enquanto alimenta a polarização política, outros debates de interesse público acabam sendo deixados de lado.

Mais do que defesa da democracia, essa campanha de voto útil no primeiro turno é utilíssima aos interesses de Lula. É um modo de pedir voto – às vezes, de impor – sem dizer qual será o seu efetivo programa de governo, sem enfrentar temas difíceis

como corrupção e aparelhamento partidário, sem se comprometer a não repetir os erros das gestões petistas passadas. Essa tática é ainda mais perversa quando tenta demonizar outros candidatos que estão fazendo precisamente o que é mais próprio de uma campanha eleitoral em um regime democrático: apresentar suas propostas para tentar convencer o eleitorado (O Estado de S. Paulo, *A democracia não depende de Lula*, 24/09/2022, on-line).

O candidato Lula da Silva não quer apenas ganhar a eleição em outubro; ele quer ser eleito no primeiro turno, o que seria uma façanha inédita para o PT após mais de 30 anos de disputas pela Presidência. Nos últimos dias, aumentou a pressão da campanha de Lula pelo chamado “voto útil”. A questão é: o “voto útil” no petista, já no primeiro turno, é útil para quem, afinal? Para Lula, obviamente, é. No entanto, para o conjunto da sociedade, esse desfecho não é necessariamente bom (O Estado de S. Paulo, “*Voto útil para quem?*”, 13/09/2022, on-line).

Mesmo o *Estadão* dizendo que o voto útil é uma estratégia legítima, a forma que Lula e seus apoiadores a utilizam é antidemocrática, pois segundo o jornal, desqualificar outras candidaturas constrange o eleitor e tira sua liberdade de escolha. As supostas contradições democráticas de Lula são novamente expostas. Como um político advoga pela democracia e comete atitudes desviantes de um social-democrata? Exemplos dessas divergências seriam a relação com políticos autoritários e a forma de campanha de voto útil.

A campanha do voto útil foi uma tentativa da campanha petista de lutar contra as ameaças que Bolsonaro representava à democracia, como o discurso inflamado, a desinformação propagada durante a campanha etc. O candidato Lula, inclusive, foi vítima de desinformação, como quando Bolsonaro afirmou que o petista fecharia igrejas²⁴, *fake news* que obrigou Lula da Silva a se pronunciar, dizendo que respeitaria as religiões.

No próximo tópico, veremos quais foram os principais ataques sofridos por Lula, seja pela campanha bolsonarista ou por outros atores e/ou instituições.

5.1.5 Lula como vítima

Neste eixo temático, denominado *Lula como vítima*, estão os editoriais em que o *Estadão* aponta que Lula é lesado por algum ator político e/ou instituição, seja por desinformação, processos, golpes de Estado em caso de vitória, entre outros fatores.

Nos editoriais analisados, percebe-se a predominância de ataques oriundos de Jair Bolsonaro e de seus apoiadores. Por parte de Bolsonaro, Lula aparece como vítima de acusações levianas e informação falsa. No debate da *TV Globo*, Jair insinuou a participação

²⁴ Disponível em:

<https://noticias.uol.com.br/eleicoes/2022/08/16/bolsonaro-lula-mentira-pt-fechamento-igrejas.htm>

do petista no assassinato do ex-prefeito de Santo André, Celso Daniel²⁵. De acordo com Bolsonaro, Lula teria sido o mentor do homicídio para esconder escândalos de corrupção do PT, além de ter pago milhões para não ser envolvido nos processos.

O presidente Jair Bolsonaro usou o debate entre os candidatos a presidente na TV Globo, na noite de anteontem, para levantar suspeitas de que seu principal oponente, o ex-presidente Lula da Silva, foi o “mentor intelectual” do sequestro e assassinato do petista Celso Daniel, ex-prefeito de Santo André (SP), em 2002. Disse mais: que, segundo essa versão fantasiosa, Lula pagou “milhões” para que não fosse envolvido nas investigações (O Estado de S. Paulo, *Debate reflete a miséria da campanha*, 01/10/2022, on-line).

Trata-se de gravíssima acusação, que não encontra qualquer respaldo no resultado das investigações da polícia – que, como se sabe, concluíram que se tratou de crime comum. Recentemente, o Tribunal Superior Eleitoral determinou que a campanha bolsonarista retirasse do ar um site que disseminava mentiras sobre o suposto envolvimento de Lula no crime. Bolsonaro, no entanto, reviveu o caso para insinuar que Lula mandou matar seu correligionário e amigo para esconder escândalos de corrupção do PT (O Estado de S. Paulo, *Debate reflete a miséria da campanha*, 01/10/2022, on-line).

O jornal mostra ainda que Bolsonaro também foi responsável por perpetuar a desinformação de que Lula fecharia igrejas caso fosse eleito. De acordo com o *Estadão*, se em 2002 Lula teve que firmar um compromisso com o povo brasileiro de que continuaria os avanços econômicos dos governos de Fernando Henrique Cardoso, dessa vez precisava escrever uma carta aberta afirmando que não fecharia igrejas. Segundo o jornal, Bolsonaro degrada o debate público a um ponto que é necessário seu adversário ter que se justificar sobre coisas que nunca falou.

A exemplo do que ocorreu na disputa presidencial de 2002, o petista Lula da Silva se viu novamente obrigado a apresentar uma carta pública para debelar resistências à sua candidatura e criar um ambiente de confiança diante da perspectiva de sua vitória no próximo dia 30. Mas a diferença entre os dois casos é gritante: se há 20 anos Lula teve que se comprometer com a estabilidade econômica, um tema que interessava a todo o País, agora o petista teve que jurar, numa Carta Compromisso com Evangélicos e Evangélicas, que não pretende fechar igrejas nem perseguir cristãos, como o acusa o presidente Jair Bolsonaro (O Estado de S. Paulo, *E Bolsonaro venceu*, 24/10/2022, on-line).

Houve quem tenha avaliado que Lula, se efetivamente quisesse conquistar o voto dos evangélicos, deveria ter apresentado tal carta há muito mais tempo. De fato, um político que almeja ser o líder de uma frente ampla, como é o caso do petista, precisa fazer acenos a todos os segmentos da sociedade, em especial àqueles que lhe são hostis. A resistência do petista em ceder a esses apelos, no entanto, é compreensível, ainda que as pesquisas indiquem que essa atitude possa ter lhe custado votos. A mera existência desse manifesto aos evangélicos, que incluiu a citação explícita de

²⁵ Celso Daniel foi prefeito de Santo André de 1989 até 1993 e assumiu o segundo mandato de 1997 a 2002. Daniel foi sequestrado em 18 de janeiro de 2002 e encontrado morto dois dias depois na BR-116, em Juquitiba, região metropolitana de São Paulo.

passagens bíblicas e a defesa reiterada da liberdade religiosa que Lula nunca atacou nem ameaçou, é a prova cabal de que Bolsonaro capturou a pauta nacional, transformando a eleição em “Juízo Final” O Estado de S. Paulo, *E Bolsonaro venceu*, 24/10/2022, on-line).

Lula também foi vítima de apoiadores do ex-presidente Jair Bolsonaro. Em agosto de 2023, o Supremo Tribunal Federal (STF) emitiu mandados de busca e apreensão contra oito empresários bolsonaristas, que via grupo de *WhatsApp*, planejavam um golpe de Estado em caso de eleição de Lula da Silva. O caso, apesar de só ter sido mencionado superficialmente pelo *Estadão*, é usado para criticar supostas decisões desproporcionais do STF. Um dos argumentos do jornal se refere ao bloqueio das contas desses empresários pelo ministro Alexandre de Moraes, que logo depois foi revogada. De acordo com o periódico, o Supremo não deve cair nos mesmos erros da Lava Jato.

Nesta semana, a Polícia Federal, com a autorização do ministro Alexandre de Moraes, cumpriu mandados de busca e apreensão em endereços de oito empresários bolsonaristas que, num grupo de WhatsApp, discutiam a hipótese de um golpe de Estado caso o petista Lula da Silva seja eleito presidente. Os sigilos bancário e telemático dos investigados foram quebrados e as contas nas redes sociais, bloqueadas. A ação suscitou diversos questionamentos e críticas (O Estado de S. Paulo, *Defesa da democracia deve respeitar a lei*, 25/08/2022, on-line).

Desde o mês passado, o Supremo vem sendo muito questionado pela atuação do ministro Alexandre de Moraes no caso dos oito empresários bolsonaristas que, em conversas privadas, defenderam um golpe de Estado em caso de vitória do petista Lula da Silva na eleição presidencial de outubro [...] O caso está sob sigilo judicial – apenas algumas decisões tiveram o acesso liberado –, o que impede de fazer juízos definitivos, seja sobre a competência, seja em relação à legalidade das medidas ordenadas pelo ministro Alexandre de Moraes. De toda forma, diante dos elementos dos autos que já vieram a público, é pacífico dizer que as medidas – algumas delas não foram sequer solicitadas pela PF – se mostram desproporcionais, indo além do que determina a lei (O Estado de S. Paulo, *O dever do Supremo de rever seus erros*, 18/09/2022, on-line).

No caso de Lula ser vítima de desinformação vinda de Bolsonaro, o *Estadão* emite sua opinião de forma veemente, rechaçando a atitude do candidato da extrema-direita, até mesmo admitindo que ele degrada o debate público ao ponto de esvaziá-lo. No entanto, ao se tratar das ameaças de golpe de Estado, o jornal as usa como uma crítica ao STF por uma suposta desproporcionalidade nas decisões contra os empresários bolsonaristas.

Nos temas identificados nesta análise, o *Estadão* é negativo com Lula em quase todos eles, com exceção deste, em que Lula aparece como vítima de desinformação ou de golpe de estado provinda de Jair Bolsonaro, ou de seus apoiadores. Porém, apesar de um dos códigos possuir um aspecto positivo para Lula, nos outros a sua postura como um democrata é questionada, principalmente pelas relações com políticos considerados autoritários,

No próximo tópico serão apresentados os principais atores aos quais Lula é relacionado. Essas menções são interpretadas e analisadas a fim de entender como elas contribuem para a constituição da imagem pública do candidato.

5.2 ATORES RELACIONADOS

A categoria *Atores relacionados* diz respeito às pessoas atreladas a Lula pelos editoriais do *Estadão*. A partir da leitura do *corpus*, foram identificados 32 atores relacionados de alguma forma ao candidato do PT. Nem todos ganharam destaque; alguns foram mencionados somente de forma tangencial ou esporádica, enquanto outros aparecem de forma mais recorrente. Por conta do extenso número de atores mobilizados pelo jornal, nos aprofundaremos nos três primeiros colocados em número de menções: Jair Bolsonaro, Dilma Rousseff e Daniel Ortega.

Saber com quais atores Lula foi relacionado é importante para a constituição da imagem perante a opinião pública, pois assim como o candidato do PT possui representações sociais na esfera pública, as pessoas citadas pelo *Estadão* também. Portanto, entender como *O Estado de S.Paulo* apresenta esses atores e como os vincula a Lula e vice-versa, é fundamental para compreender como a imagem do petista é constituída através dessas menções. Pois se um político é considerado antidemocrático pelo *Estadão* e, mesmo assim, Lula tem interações amistosas com o sujeito, seria uma contradição, na perspectiva do jornal, para um social-democrata que se apresenta como salvador da democracia.

Isto posto, a figura a seguir mostra os três principais atores relacionados a Lula no período analisado.

Figura 3: Os três principais atores mencionados pelos *Estadão*

Principais atores relacionados a Lula



Made with  Napkin

Fonte: Elaborado pelo autor

Bolsonaro foi o político mais associado a Lula em termos quantitativos, sendo mencionado em 77,5% do *corpus*. Essa aproximação é natural devido ao fato do candidato do PL ser o principal adversário de Lula da Silva nas eleições de 2022. Todavia, essas relações entre Lula e Bolsonaro são feitas de diferentes formas. Há o estabelecimento de equivalência entre os dois, discutida anteriormente, e situações em que o *Estadão* afirma que a candidatura de Bolsonaro é benéfica para o PT, por conta do fomento à polarização. Além disso, também é levantada a possibilidade da má gestão de Bolsonaro ter garantido a vitória de Lula, retirando o mérito do petista e colocando a eleição como uma consequência do governo ruim de Bolsonaro.

No entanto, Lula e o PT acharam que era preferível vencer Bolsonaro nas urnas. Ou seja, julgaram que manter Bolsonaro na Presidência poderia ser útil para alimentar a polarização que os petistas sabem explorar como ninguém (O Estado de S. Paulo, *A democracia não depende de Lula*, 24/09/2022, on-line).

Depois de seu partido ter se envolvido nos maiores escândalos de corrupção da história recente nacional, Lula da Silva – este é o grande resultado do governo Bolsonaro – ganhou um novo mandato. Não há dúvida de que essa constatação desperta imediato desânimo, como se o País se mostrasse incapaz de andar para a frente, enredado nas mesmas questões e nos mesmos nomes do passado. Eis o paradoxo das eleições de 2022: para resolver os problemas nacionais, o eleitor elegeu aquele que é um dos grandes artífices da atual crise social, política, econômica e moral (O Estado de S. Paulo, *Lula tem o dever de arrefecer os ânimos*, 31/10/2022, on-line).

Apesar do número expressivo de citações a Bolsonaro, quando elas acontecem os temas são praticamente os mesmos, algo já percebido nos tópicos analisados anteriormente. O *Estadão*, talvez por conta dos princípios do jornalismo, como ser um cão de guarda vigilante dos poderosos (Sponholz, 2009), constrói essa similitude entre Lula e Bolsonaro, em que ambos são ruins para o Brasil, mas ao mesmo tempo nenhum candidato é apontado como ideal. Até em momentos críticos a Bolsonaro o jornal paulista enxerga a necessidade de criticar Lula, seja rememorando escândalos de corrupção, a relação com políticos autoritários, ou estabelecendo uma falsa equivalência.

Portanto, mesmo com um alto número de citações, não há uma pluralidade de temas a serem explorados. Em resumo: quando relacionam Lula a Bolsonaro, os editoriais são predominantemente monotemáticos, o que sinaliza também uma estratégia do jornal de circunscrever seu discurso sobre as mesmas temáticas em torno das quais reforça representações sobre os atores aos quais se refere, buscando fixá-las junto ao público.

O mesmo acontece com Dilma Rousseff, segunda colocada em menções (7). De modo geral, quando o *Estadão* cita Dilma, é para dissertar sobre dois grandes temas: o *impeachment* sofrido em 2016, e os erros – principalmente econômicos – durante a gestão.

Dilma Rousseff foi a segunda pessoa eleita presidente do Brasil a sofrer *impeachment*. O processo, executado em 2016, divide opiniões. Alguns argumentam que se trata de um golpe orquestrado contra a mandatária, enquanto outros afirmam que o processo ocorreu de maneira constitucional. O Partido dos Trabalhadores, sigla de Dilma, advoga pela tese de que se tratou de um golpe, pois, em um primeiro momento, o *impeachment* aconteceu por conta das chamadas pedaladas fiscais²⁶ realizadas no governo petista. Dois dias após a deposição de

²⁶ Atrasos propositais no repasse de recursos para bancos públicos, ou demais instituições. O objetivo da prática é melhorar as contas públicas, mesmo que de forma artificial - prática que vinha sendo feita também por outros governos, não exclusiva, portanto, da gestão Dilma Rousseff.

Dilma, Michel Temer – vice que assumiu o cargo de presidente –, sancionou uma lei que permitia a prática²⁷.

No entanto, o *Estadão* relativiza e ironiza o discurso petista de golpe, afirmando que a prática do partido – principalmente em acusar a imprensa de golpista – serviu de laboratório para que Bolsonaro hoje atacasse e desacreditasse os veículos jornalísticos.

Em vez de assumir a responsabilidade dos atos de Dilma Rousseff – que motivaram depois o seu impeachment –, o PT preferiu criticar a “imprensa golpista”. Agora, Jair Bolsonaro usa a mesma tática, revestida – esta é a novidade – de sua grosseria habitual (O Estado de S. Paulo, *A dimensão da liberdade de expressão*, 26/09/2022, on-line).

Uma vez aliados do poder, os petistas correram o mundo desmoralizando o Estado de Direito brasileiro. A narrativa se mantém até hoje: Dilma Rousseff, por exemplo, foi vítima de um “golpe” do Congresso, e o Judiciário “perseguiu” Lula conspirando com as “elites” (O Estado de S. Paulo, *Os petistas, ora vejam, estão cansados*, 21/09/2022, on-line).

Os aspectos econômicos do governo Dilma também são rememorados. De acordo com o *Estadão*, Dilma apenas continuou a “desastrosa” política econômica do segundo mandato de Lula, principalmente pelo descaso com o dinheiro público. Ao se referir à proposta do candidato do PT de revogar o teto de gastos, imposto por Michel Temer, o *Estadão* afirma que é um *modus operandi* do PT não gostar de ter limites para os gastos públicos.

Entre as raras propostas que Lula se dignou a tornar públicas, além de seu conhecido – e vago – compromisso de “colocar o pobre no Orçamento”, o petista anunciou a quem interessar possa que vai revogar o teto de gastos – instrumento criado no governo de Michel Temer justamente para interromper o descalabro fiscal herdado do governo da petista Dilma Rousseff. Como o Brasil infelizmente já sabe, nem Lula nem os cardeais petistas gostam de limites para os gastos públicos, mas, para não espantar os centristas que resolveram aderir na undécima hora à sua candidatura, mandou dizer que haverá alguma âncora fiscal (O Estado de S. Paulo, *O mistério de Lula*, 30/09/2022, on-line).

Dos partidos de expressão, o PT é demonstravelmente o mais autocrático: ninguém duvida, a começar pelos petistas, que Lula manda e o partido obedece. Lula insulta a inteligência alheia ao tentar se desvencilhar da presidente Dilma Rousseff, como se a desastrosa política econômica de sua criatura já não existisse em potência no segundo mandato lulista. Três anos antes da primeira eleição de Dilma, por exemplo, Lula já preparava o Programa de Aceleração do Crescimento (PAC), o pacote desenvolvimentista de injeção de anabolizantes na economia via bancos públicos que viria a se tornar uma das marcas do governo de sua sucessora (O Estado de S. Paulo, *Os petistas, ora vejam, estão cansados*, 21/09/2022, on-line).

²⁷ Disponível em:

<https://www.brasildefato.com.br/2016/09/02/dois-dias-apos-golpe-governo-temer-sanciona-lei-que-autoriza-pedagógicas-fiscais/>

As menções ao presidente da Nicarágua, Daniel Ortega, não fogem à regra das citações de Nicolás Maduro, Raúl Castro e outros líderes considerados autoritários pelo jornal. O intuito, ao citar esses atores, é contestar o discurso lulista de defesa da democracia, já que não seria possível um candidato se dizer social-democrata e manter relações diplomáticas e amistosas com estes governantes. O *Estadão* insiste nessa linha de argumentação quando remete a uma declaração de Lula, em que dizia admirar o aiatolá Khomeini, Adolf Hitler e Mao Tsé-Tung.

Lula não pediu desculpas nem sequer por ultrajes que – pelo benefício da dúvida – poderiam ser tributados à sua juventude, como quando, na flor dos seus 34 anos, expressou admiração por tiranos como Mao Tsé-tung, o aiatolá Khomeini e Hitler – que, nas palavras de Lula, “tinha aquilo que eu admiro num homem, o fogo de se propor a fazer alguma coisa e tentar fazer” (O Estado de S. Paulo, *Os petistas, ora vejam, estão cansados*, 21/09/2022, on-line).

Mesmo quando é vítima de desinformação por parte de Jair Bolsonaro e seus apoiadores por conta do suposto fechamento de igrejas, a relação de Lula com Daniel Ortega é trazida à tona de forma a deixar clara a interação amistosa entre os dois atores. De acordo com o *Estadão*, Lula não é incapaz de condenar somente a ditadura de Ortega, na Nicarágua, mas de todos os regimes autoritários de seus “companheiros” latino-americanos.

Mas a verdade é irrelevante na atual campanha. Para os bolsonaristas radicais, o candidato Lula da Silva, caso seja eleito presidente, perseguirá os católicos, a exemplo do que tem feito o ditador Daniel Ortega na Nicarágua, tratado por “companheiro” pelo líder petista. Malgrado seja incapaz de condenar a tirania de Ortega ou de qualquer outro esquerdista latino-americano, Lula jamais sugeriu que pudesse perseguir cristãos ou quaisquer outros religiosos (O Estado de S. Paulo, *Desrespeito à liberdade religiosa*, 20/10/2022, on-line).

Diversos artifícios são capazes de constituir a imagem pública dos atores, entre eles a relação feita com outros atores ou instituições, seja pelos próprios *image makers*, ou pela mídia (Gomes, 2025; Weber, 2025). As relações determinam muitas vezes a índole de determinado ator. No caso de Lula, o *Estadão* o atrela a Bolsonaro, algo que pode ser considerado natural devido aos dois serem os principais postulantes para o cargo de presidente da República. Dilma Rousseff foi a sucessora de Lula, algo que também pode ser considerado natural. No entanto, vê-se com alguma frequência a relação feita pelo jornal com políticos considerados ditadores, como o caso de Daniel Ortega, terceiro mais citado. Os três primeiros na lista de citações são políticos considerados ruins pelo *Estadão*.

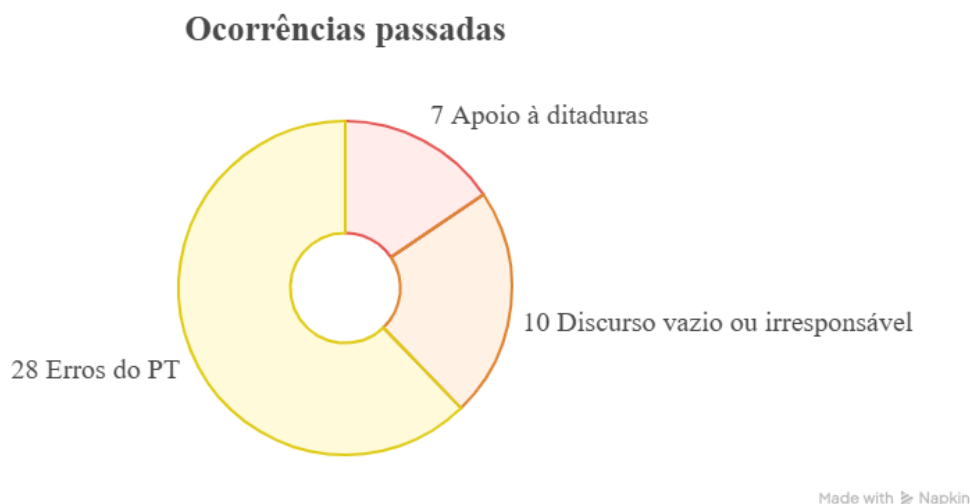
Sabe-se que a relação de Lula com o que o *Estadão* nomeia como ditaduras é um dos passados mobilizados discursivamente pelo jornal *O Estado de S. Paulo*. Essas ocorrências são

fundamentais para entender não somente a trajetória política de Lula, mas também quais recortes históricos o periódico escolheu para representar o candidato durante as eleições de 2022. Identificar e interpretar esses acontecimentos trazidos pelo *Estadão* é o objetivo do próximo tópico.

5.3 OCORRÊNCIAS PASSADAS

Na categoria *Ocorrências passadas* foram encontrados três códigos: *Apoio a ditaduras*; *Discurso vazio ou irresponsável* e *Erros do PT*. Assim como em outras categorias, não há viés positivo nas representações de Lula pelo *Estadão*; pelo contrário, as posições negativas continuam, e pelos mesmos motivos: apoio a ditaduras; falta de propostas de governo; escândalos de corrupção; e irresponsabilidade econômica das gestões anteriores. O gráfico a seguir mostra com mais exatidão a distribuição dos editoriais nas categorias.

Gráfico 2: Distribuição de editoriais a respeito das ocorrências passadas



Fonte: Elaborado pelo autor

Os dados mostram uma predominância de editoriais no eixo **Erros do PT**, que representa 48,2% do *corpus* analisado. Nota-se a preferência do *Estadão* por recordar um passado ligado aos erros do Partido dos Trabalhadores, isso acontece também em governos que Lula não era o chefe do executivo, como durante o mandato de Dilma Rousseff – 2011 a 2016. De acordo com o jornal, Lula manda e o PT obedece, sendo indissociável de seu partido. O discurso aponta para os erros do PT como se fossem erros de Lula, mesmo que ele

não esteja no comando do país. O mesmo não acontece com Bolsonaro, que não é relacionado em nenhum momento com o PL.

Em segundo lugar está o código *Discurso vazio ou irresponsável*, com 10 editoriais. Neste eixo, o passado mobilizado diz respeito ao discurso de Lula ser vazio, por conta da falta de propostas para um possível terceiro governo, ou irresponsável, no caso de ataques a Bolsonaro. De acordo com o *Estadão*, enquanto os candidatos estão se atacando, esquecem dos assuntos do interesse público.

O eixo com menos editoriais é *Apoio a ditaduras*, codificado sete vezes. O passado trazido neste código versa sobre os apoios de Lula às ditaduras “companheiras” que o petista conservou durante sua carreira política. Vê-se que esse tema é uma constante no discurso do *Estadão*, que aposta em uma contradição de Lula para contestar sua postura social-democrata.

5.3.1 Apoio a ditaduras

Como visto nos tópicos anteriores, uma das principais críticas direcionadas a Lula é sobre sua relação com políticos considerados autoritários, algo que, segundo o *Estadão*, é uma contradição à postura social-democrata do candidato. O intuito de trazer esse passado é justamente contestar a imagem de democrata, colocar para o leitor que, se Bolsonaro é antidemocrático, o candidato do PT também possui atitudes semelhantes.

Um passado bastante explorado pelo jornal é a relação de Lula com o governo chavista de Nicolás Maduro. De acordo com OESP, Maduro considera Lula como um “pai”. O jornal deixa subentendido a relação amistosa do petista com o presidente da Venezuela como um impeditivo para criticar o governo autoritário de Maduro. Pelo contrário, Lula inclusive chama o opositor Juan Guaidó de “impostor”, fato que para o *Estadão* configura uma defesa ao regime chavista.

A atitude de Lula é enquadrada pelo jornal como um desrespeito ao povo venezuelano, que, segundo OESP, não tem direito de escolha e padece da tirania do governo.

Lula da Silva, ora vejam, é favorável à alternância de poder na Venezuela. Foi o que o candidato petista à Presidência disse a jornalistas estrangeiros no dia 22 passado. No entanto, recorreu ao conceito de “autodeterminação dos povos” para dizer que não deve “se meter” no que acontece na Venezuela. Mais uma vez, Lula foi incapaz de criticar, mesmo de leve, a ditadura venezuelana. Enquanto poupava o “companheiro” ditador Nicolás Maduro, que no passado já se referiu a Lula como “um pai”, o petista chamou o líder opositorista venezuelano Juan Guaidó de “impostor” (O Estado de S. Paulo, *A democracia segundo Lula*, 26/08/2022, on-line).

É inesquecível a declaração de Lula, dada em 2005, segundo a qual há “excesso de democracia” na Venezuela. Essa diatribe, que figura com destaque na antologia da pouca-vergonha lulopetista, mal disfarça a vocação autoritária da seita de Lula: para essa turma, a democracia é “excessiva” quando a oposição ousa questionar líderes que tudo fazem pelo “povo”, como era o caso do ditador Hugo Chávez, segundo sugeriu Lula na época [...] Essa declaração já tem quase 20 anos, mas é como se tivesse sido feita ontem. Lula não se emendou, a julgar pelo fato de que, passado tanto tempo, continua incapaz de reconhecer uma ditadura de esquerda quando vê uma, muito menos de condená-la. Em compensação, arvora-se em salvador da democracia no Brasil, onde, ao contrário da Venezuela, a imprensa é livre, as eleições são limpas, o Congresso funciona sem restrições e o Judiciário é independente (O Estado de S. Paulo, *A democracia segundo Lula*, 26/08/2022, on-line).

Durante a campanha eleitoral, a democracia virou uma pauta para ambos os candidatos. Do lado bolsonarista, o argumento era de que o Partido dos Trabalhadores transformaria o Brasil em uma Venezuela, uma referência ao autoritarismo do regime chavista. O discurso do PT apresentava os perigos que Bolsonaro trazia à democracia, principalmente pelas declarações e postura durante a pandemia de covid-19 e na própria campanha, quando questionou a credibilidade das urnas eletrônicas²⁸.

Diante dos argumentos mobilizados pelas duas campanhas, o *Estadão* interroga: como dois candidatos que possuem atitudes antidemocráticas vão defender a democracia?

Entre os eleitores de Lula, o apoio à democracia é também bastante alto (78%). Porém, o passado recente do petista tampouco permite enxergá-lo como um ardoroso defensor da democracia liberal. Apenas para citar um exemplo, o que é o pagamento de mesadas a parlamentares em troca de apoio político se não uma completa subversão da democracia representativa? E o que dizer do apoio entusiasmado de Lula e dos petistas a ditaduras esquerdistas da América Latina? Se, como disse Lula, há “excesso de democracia” na Venezuela chavista, há razões para acreditar que a democracia a que Lula se refere não é a mesma que este jornal defende há mais de um século (O Estado de S. Paulo, *Que democracia?*, 26/10/2022, on-line).

Se a pauta de manutenção da democracia era algo relativamente raro de se ver em outros pleitos, Lula e Bolsonaro levaram essas discussões a outro patamar, gerando um predomínio no debate eleitoral de discussões sobre os riscos que cada um representava à democracia. O esvaziamento de propostas por parte de ambos os candidatos e o discurso considerado irresponsável incomodou o *Estadão*, que dedicou alguns editoriais para o tema. Estes textos serão analisados no próximo tópico.

5.3.2 Discurso vazio ou irresponsável

²⁸ Disponível em:

<https://www.cnnbrasil.com.br/politica/relembre-vezes-em-que-jair-bolsonaro-questionou-o-sistema-eleitoral/>

A falta de apresentação de propostas e o esvaziamento do debate eleitoral que teria sido promovido pelos dois principais candidatos à presidência do Brasil – Lula e Bolsonaro – foi um aspecto criticado pelo OESP. De acordo com o jornal, enquanto o povo gostaria de conhecer os planos de governo, os candidatos estavam preocupados em se atacar, ou discursar sobre temas que não eram de interesse público.

Ainda no início das campanhas, os dois principais candidatos discursaram a respeito da religião. De acordo com o *Estadão*, por se tratar de um país laico, os políticos não deveriam utilizar a fé para conquistar o voto da população. O jornal afirma que a atitude, além de esvaziar o debate público, mostra a incapacidade de ambos em expor suas propostas de governo.

O debate público travado assim pelos dois líderes das pesquisas, ao rés do chão, chega a ser um desrespeito aos mais de 156 milhões de eleitores aptos a votar em outubro. O País tem problemas muito graves a serem tratados. Nenhum desses problemas, nem remotamente, toca a religião. Trazer a religiosidade do povo para as discussões eleitorais não passa de diversionismo de quem tem receio de demonstrar incapacidade para enfrentar temas muito mais prementes para a sociedade. É tática de quem não tem o que dizer ou mostrar (O Estado de S. Paulo, *Campanha começa mal*, 18/08/2022, on-line).

O que será feito da educação pública após a razia promovida por Bolsonaro no Ministério da Educação? Como recuperar a reputação internacional do País na defesa do meio ambiente? Quais os planos de cada candidato para revitalizar o Sistema Único de Saúde (SUS)? O que será feito para resgatar a parte do Orçamento que foi capturada por um punhado de parlamentares oportunistas para satisfazer interesses nada republicanos? Essas são questões de altíssima relevância, entre outras, mas nenhuma delas foi tratada por Lula nem Bolsonaro nos marcos iniciais de suas campanhas (O Estado de S. Paulo, *Campanha começa mal*, 18/08/2022, on-line).

O fomento da polarização política é uma crítica do *Estadão* a ambos os candidatos e seria uma forma de discurso irresponsável. Um dos motivos para este argumento aconteceu por conta de um apoiador de Lula ter sido assassinado por um bolsonarista. De acordo com o jornal, essa violência é orquestrada pelos próprios candidatos, que não paravam de se atacar, culminando numa divisão entre os apoiadores em um momento em que os candidatos deveriam trabalhar pela integração do povo, e não o contrário.

Se Bolsonaro não colabora nem um pouco para acalmar os ânimos de seus camisas pardas, Lula da Silva também não ajuda. A despeito de seus cabelos brancos e do fato de já ter governado o País por dois mandatos, o chefe petista ainda demonstra ter enorme dificuldade para conter seu espírito divisor, sobretudo quando sobe em um palanque. Na noite do dia 8 passado, durante um comício em Nova Iguaçu, na Baixada Fluminense, o petista renovou a aposta na nefasta divisão dos brasileiros entre “nós” e “eles” ao comparar as manifestações de apoio ao presidente Jair Bolsonaro, ocorridas na véspera, a uma “reunião da Ku Klux Klan”, o terrível grupo

supremacista branco dos Estados Unidos (O Estado de S. Paulo, *As consequências do ódio*, 10/09/2022, on-line)

Para OESP, Lula, assim como seu adversário, além de não apresentar propostas para os eleitores poderem decidir sobre um futuro melhor para o Brasil, ainda trabalha pela manutenção de uma polarização política que divide o país entre lulistas e bolsonaristas. Isso, de acordo com o jornal, extrapola a discordância política e parte para a violência física, como o assassinato mencionando. Da parte de Lula, esses ataques não seriam somente direcionados a Bolsonaro, mas também aos eleitores que não depositam seu voto no PT, como no caso de grande parte do agronegócio.

O jornal menciona um episódio no qual Lula chama Bolsonaro de ignorante, e o compara com um morador do interior do estado de São Paulo. Isso, de acordo com o *Estadão*, é uma crítica aos homens e mulheres do campo ligados ao agronegócio, que em grande maioria, não votam no Partido dos Trabalhadores. O jornal exalta todos os feitos econômicos do agro, e afirma que os homens e mulheres do campo que Lula nutre admiração estão ligados ao Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST), que lutam pela reforma agrária e são considerados arruaceiros pelo periódico paulistano.

Os “capiaus” não são essa horda de bárbaros afeitos à intolerância e ao preconceito que Lula acredita que sejam. O interior de São Paulo faz deste um grande Estado e faz do Brasil um grande país. Muitos países mundo afora não geram a riqueza que o interior paulista gera. Só o PIB do chamado Quadrilátero Paulista – formado pelas cidades de Sorocaba, Campinas, Santos e São José dos Campos – é da ordem de R\$ 1,3 trilhão, quase a metade do PIB paulista e 16% do PIB nacional, de acordo com os dados da Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados (Seade). É essa porção pujante e trabalhadora do Brasil que Lula afronta (O Estado de S. Paulo, *Lula não gosta de “capiau”*, 28/09/2022, on-line).

Decerto não é o “capiau” paulista que trabalha e produz nem o “fascista e direitista” que engorda o PIB do País. É aquele militante do Movimento dos Trabalhadores Sem Terra (MST), grupo de arruaceiros que transformaram a invasão de terras produtivas e a destruição de patrimônio de produtores agrícolas em arma política para promover uma “Reforma Agrária Popular”, como consta de seu manifesto – que defende, ademais, o “controle de empresas estratégicas” e uma “auditoria da dívida externa” (O Estado de S. Paulo, *Lula não gosta de “capiau”*, 28/09/2022, on-line).

Corroborando seu histórico, o *Estadão* mantém o discurso negativo contra Lula, inclusive nos recortes que mobiliza. Isso acontece com os erros que teriam sido cometidos pelo Partido dos Trabalhadores, como escândalos de corrupção, irresponsabilidade com as contas públicas, entre outros problemas listados pelo jornal paulista, tema do próximo tópico desta dissertação.

5.3.3 Erros do PT

No eixo temático *Erros do PT* estão os editoriais em que o *Estadão* relembra as falhas dos governos petistas. Apesar de este ser o código mais vezes usado nesta categoria (28), a variedade de argumentos é escassa. Assim como em outros casos anteriormente analisados, o jornal paulistano escolhe mobilizar sempre os mesmos assuntos: escândalos de corrupção – Mensalão, Petrolão etc. –, irresponsabilidade fiscal e econômica, especialmente do uso de dinheiro público de forma “exagerada” pelos governos petistas, e ligação com pautas defendidas pela esquerda – descriminalização do aborto e legalização das drogas, por exemplo.

Além disso, o *Estadão* usa uma suposta vontade do povo para colocar medo sobre uma possível volta de Lula, afirmando que, com isso, voltariam também “a corrupção, o alinhamento internacional com ditaduras de esquerda e o fortalecimento de pautas minoritárias, como a descriminalização do aborto e das drogas” (O Estado de S. Paulo, *O voto é exercício de liberdade*, 24/08/2022, on-line). Para justificar que isso seria a “vontade do povo”, o *Estadão* utiliza pesquisas de opinião como recurso para legitimar o medo a respeito de um retorno de Lula à presidência do Brasil.

Certo ou errado, esse sentimento parece ter se cristalizado, a ponto de, conforme atestam as pesquisas, muitos evangélicos preferirem votar em Jair Bolsonaro, a despeito de seu comportamento muitas vezes imoral, somente porque a alternativa, Lula da Silva, alegadamente representa uma ameaça concreta à estabilidade familiar. Afinal, são bandeiras da esquerda a legalização das drogas e do aborto, além da discussão aberta sobre sexualidade nas escolas, temas que preocupam pais e mães, sejam evangélicos ou não (O Estado de S. Paulo, *A necessária defesa da família*, 27/08/2022, on-line)

A fim de colocar a legitimidade e a credibilidade do jornal no texto, o *Estadão* afirma que não se esqueceu dos escândalos de corrupção do PT. Geralmente, este argumento é usado para rebater um discurso de Lula, ou quando OESP fala sobre algo negativo relacionado a Bolsonaro. Como se, para apontar erros da gestão bolsonarista, fosse necessário indicar os erros dos governos petistas – especialmente os de Lula.

Que fique claro: este jornal não esquece – e muito menos aprova – o modo como os petistas trataram todos os seus oponentes desde a fundação do partido. Quem já foi vítima da máquina de destruição de reputações do PT sabe bem o que é ser acusado leviana e insistentemente do que não fez. Não se trata, portanto, de ter qualquer condescendência com Lula da Silva, mas, se queremos uma democracia saudável, é preciso haver limites – e Bolsonaro, como sempre, os superou (O Estado de S. Paulo, *Debate reflete a miséria da campanha*, 01/10/2022, on-line).

A rejeição a Jair Bolsonaro, no entanto, não cega os olhos deste jornal às contradições, fragilidades e imposturas da candidatura de Luiz Inácio Lula da Silva. O PT produziu a mais grave crise moral, política e econômica da história recente do País, não reconheceu suas responsabilidades e agora deseja voltar ao poder vendendo a falácia de que disso depende a manutenção da democracia no Brasil e a redenção dos pobres. É o lulopetismo em estado puro (O Estado de S. Paulo, *Nem Bolsonaro, nem Lula*, 02/10/2022, on-line)

Um opositor histórico do PT, e com um agravamento deste *status* quando o partido chegou ao poder, o *Estadão* condena as práticas morais e políticas de Lula, especialmente as relacionadas à economia e à corrupção. De viés liberal, o jornal demonstra insatisfação com uma possível retomada de investimentos e acordos com empresas estatais, dando pouca oportunidade para a iniciativa privada. Segundo OESP, o *modus operandi* dos governos petistas é o mau uso do dinheiro público, gasto de maneira exacerbada.

A respeito dos casos de corrupção, o *Estadão* expõe as supostas contradições lulistas e também coloca uma interrogação sobre a vitória do candidato em segundo turno: se ela aconteceu por incompetência de Jair Bolsonaro, derrotado por Lula – um postulante tão moralmente falho –, ou se ela foi mérito da campanha do Partido dos Trabalhadores.

Depois de seu partido ter se envolvido nos maiores escândalos de corrupção da história recente nacional, Lula da Silva – este é o grande resultado do governo Bolsonaro – ganhou um novo mandato. Não há dúvida de que essa constatação desperta imediato desânimo, como se o País se mostrasse incapaz de andar para a frente, enredado nas mesmas questões e nos mesmos nomes do passado. Eis o paradoxo das eleições de 2022: para resolver os problemas nacionais, o eleitor elegeu aquele que é um dos grandes artífices da atual crise social, política, econômica e moral (O Estado de S. Paulo, *Lula tem o dever de arrefecer os ânimos*, 31/10/2022, on-line)

O *Estadão* em certos momentos faz um apanhado geral dos principais erros do PT e Lula, como uma forma de indicar ao leitor quem é o favorito nas pesquisas, e como o povo não deveria apoiar e/ou votar em um candidato tão moralmente desviado, que fecha os olhos para escândalos de corrupção e usa o dinheiro público de forma indevida.

Lula e o PT são, como se sabe, irredutíveis. Não só recusaram qualquer gesto de contrição em relação aos maiores escândalos de corrupção da história, o mensalão e o petrolão, como insistem em ultrajes que conspurcam suas supostas credenciais democráticas, como o “controle social da mídia”. Mesmo sob pressão do agronegócio, foram incapazes de assegurar que não tolerarão invasões de terras. Quanto às ditaduras de esquerda, nem sequer são ambíguos, e seguem contemporizando suas atrocidades (O Estado de S. Paulo, *O risco Lula*, 22/10/2022, on-line).

O fato de que o apontamento de erros é o passado predominantemente mobilizado pelo OESP, mostra que o jornal, além de não concordar com a postura, a campanha e as gestões anteriores de Lula, as expõe de maneira incansável à opinião pública, tentando de alguma forma ter influência no voto do leitor. Assim como explora o apoio do petista às ditaduras “amigas”, aspecto que corrompe a faceta democrática de Lula. O discurso irresponsável e pouco supostamente pouco interessado no povo também é um argumento mobilizado. Enquanto o Brasil passa por sérias crises políticas e sociais, a preocupação de Lula seria a de atacar Bolsonaro, ou de fazer promessas rasas.

Outra característica dos jornais em seus editoriais, é a tentativa de se comunicar com as classes dirigentes e dizer a elas o que fazer (Melo, 2003). Isto posto, na próxima seção desta pesquisa, apresentaremos os principais eixos e argumentos trazidos pelo *Estadão* sobre o que Lula precisa fazer durante a campanha, e caso seja eleito presidente do Brasil.

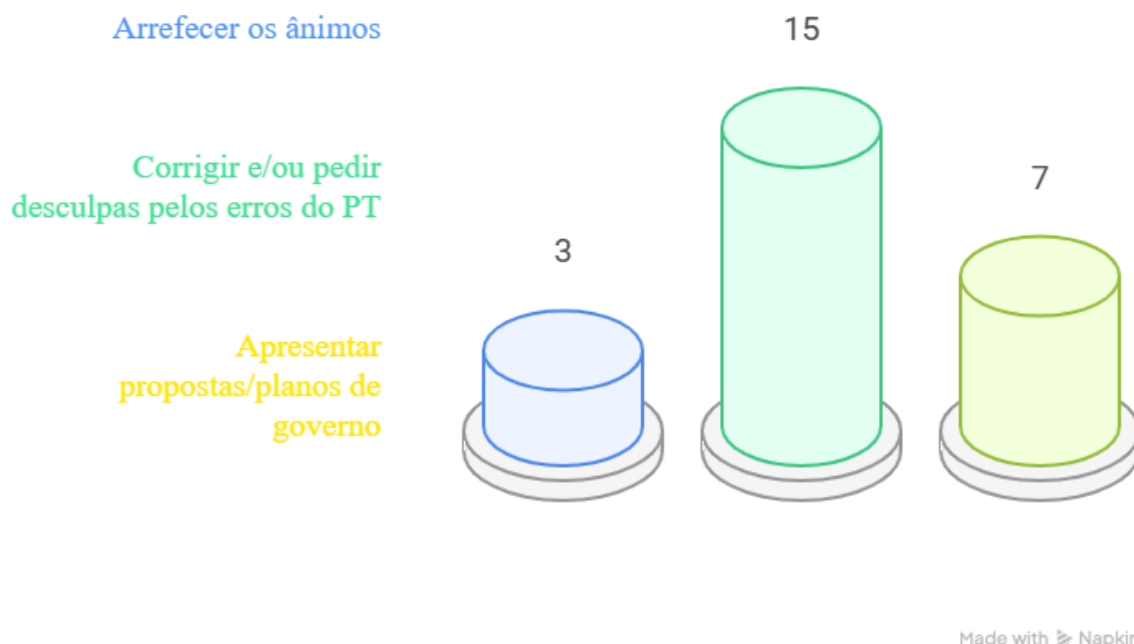
5.4 RECOMENDAÇÕES SOBRE O QUE LULA DEVE FAZER

Uma das características do gênero editorial é a recomendação aos atores políticos sobre o que eles devem fazer. Baseado na literatura sobre gêneros jornalísticos – com enfoque nos editoriais –, e sobre a tentativa de influência dos jornais em períodos eleitorais (Gomes, 2008), é pertinente identificar quais são as recomendações que OESP faz a Lula, caso o candidato do Partido dos Trabalhadores seja eleito presidente do Brasil. Nesta categoria foram encontrados três eixos temáticos: *Arrefecer os ânimos*, *Corrigir e/ou pedir desculpas pelos erros do PT* e *Apresentar propostas/plano de governo*.

De maneira geral, no primeiro e no último código, percebe-se uma certa equivalência entre os candidatos: tanto Bolsonaro quanto Lula precisam acalmar a população e precisam apresentar planos ou propostas de governo, porque, segundo o jornal, o debate público está esvaziado pela falta de discussões de interesse público. O gráfico a seguir mostra a distribuição de editoriais por eixo temático.

Gráfico 3: Distribuição de editoriais: Recomendações sobre o que Lula deve fazer

O que Lula deve fazer



Fonte: Elaborado pelo autor

Ao observar o gráfico, nota-se a predominância nas recomendações de corrigir, ou pedir desculpas pelos erros cometidos durante os governos do PT. Assim como em outras categorias, o *Estadão* continua insistindo sobre o que seriam as falhas das gestões petistas, um suposto não arrependimento e a falta de pedidos de desculpas a respeito desses erros, o que é considerado um desvio moral por parte de Lula.

Em seguida, com sete codificações, está a recomendação de apresentar propostas e os planos de governo. Por último, está o pedido do *Estadão* para arrefecer os ânimos devido à polarização política entre Lula e Bolsonaro. O próximo tópico apresenta e analisa os principais argumentos do jornal paulistano a respeito do que Lula da Silva deve fazer para acalmar e unir a população.

5.4.1 Arrefecer os ânimos

O eixo temático denominado *Arrefecer os ânimos* foi codificado em três editoriais, sendo assim a recomendação menos utilizada. O argumento sobre pacificar o povo está relacionado à polarização política entre lulistas e bolsonaristas. De acordo com o jornal, os

dois candidatos não trabalhavam pela união dos brasileiros, pelo contrário, atuavam pelo dissenso, usando os eleitores como arma política. Um acontecimento citado pelo OESP foi o assassinato de Benedito Cardoso dos Santos, militante do PT, cometido por Rafael Silva de Oliveira, apoiador do presidente Jair Bolsonaro. O homicídio aconteceu por conta de uma discussão política no município de Confresa, no interior de Mato Grosso²⁹.

Para OESP, a postura dos candidatos influencia os apoiadores, pois os ataques entre Lula e Bolsonaro servem como uma chancela para os eleitores fazerem o mesmo com seus adversários políticos. O *Estadão* relembra o assassinato de Benedito para pedir aos favoritos à Presidência que “ponham a mão na consciência, se é que a têm, e colaborem para desarmar os espíritos, pois sangue derramado por divergência política é intolerável num país que se pretende civilizado” (O Estado de S. Paulo, *As consequências do ódio*, 10/09/2022, on-line).

O jornal volta a pedir para os candidatos acalmarem a população no segundo turno, quando a eleição estava entre Lula e Bolsonaro. No primeiro turno, não se viu um pedido para unir a população, mas sim para escolher a melhor opção, desde que não fosse nenhum dos dois favoritos. Na segunda volta do pleito, como não havia outras escolhas a não ser Lula e Bolsonaro, o *Estadão* pediu apenas para que os candidatos olhassem para a frente e unissem o povo brasileiro.

À luz do histórico de Lula e Bolsonaro, pode parecer ingenuidade esperar que um ou outro seja capaz de unir os brasileiros em torno de um projeto de nação. Mas não há espaço para ingenuidade nesta página. Não se trata de passar uma borracha sobre o passado de corrupção e recessão econômica que marcou os governos petistas nem tampouco fazer tábula rasa das aberrações patrocinadas pelo atual governo. É preciso, porém, olhar para a frente (O Estado de S. Paulo, *Um voto pela pacificação do Brasil*, 30/10/2022, on-line)

Diante do resultado e da confirmação da vitória de Lula, o *Estadão* afirma que o principal dever do petista é o de unir a população, respeitando principalmente os derrotados, subentendendo que o governo do PT não deve olhar somente para seus eleitores, mas para todos os brasileiros. O jornal afirma que Lula deve passar confiança para que o povo possa se unir ao seu terceiro governo e, para isso, deve apresentar as propostas de futuro, refutando as desinformações propagadas por Bolsonaro e seus apoiadores.

Lula da Silva tem o dever de arrefecer os ânimos, de respeitar os vencidos e, sobretudo, de transmitir confiança a todos os brasileiros. Se há alguma dose de responsabilidade no PT, agora é a hora de mostrar ao País que os temores levantados

²⁹ Disponível em:

<https://www.brasildefato.com.br/2022/09/09/bolsonarista-assassina-petista-a-facadas-e-tenta-decapita-lo-apos-di-scussao-politica-no-mt/>

por Jair Bolsonaro durante a campanha eleitoral – a respeito, por exemplo, de liberdade religiosa e de imprensa, de responsabilidade fiscal, de respeito aos reais interesses e valores das famílias, de proximidade com regimes autoritários – eram mentirosos [...] Muito da tão necessária paz virá quando o País souber qual será o plano de governo de Luiz Inácio Lula da Silva. Ou seja, são necessários gestos e palavras, mas, sobretudo, é essencial responsabilidade, uma efetiva responsabilidade com o País (O Estado de S. Paulo, *Lula tem o dever de arrefecer os ânimos*, 31/10/2022, on-line)

Mesmo com a vitória de Lula, OESP não deixa de fazer críticas negativas ao presidente eleito. A partir desses erros apresentados pelo *Estadão*, está a recomendação mais acionada pelo jornal: a correção, ou pedido de desculpas pelas falhas do passado. Esta sugestão será apresentada e analisada no próximo tópico.

5.4.2 Corrigir e/ou pedir desculpas pelos erros do PT

No eixo temático *Corrigir e/ou pedir desculpas pelos erros do PT*, estão os editoriais em que o *Estadão* recomenda a retratação de Lula pelas falhas cometidas nos governos do PT, mesmo que eles não tenham sido cometidos nas suas gestões. De modo geral, os erros giram em torno dos temas já listados anteriormente: corrupção, aparelhamento da máquina pública, mau uso do dinheiro público, boa relação com líderes e ditaduras latino-americanas etc. Ou seja, Lula precisa pedir desculpas por esses problemas e corrigi-los no caso de um terceiro mandato. As ações propostas pelo jornal são mais no sentido de “parar de fazer”, do que em alterar os modos de fazer política, substituindo por outra prática.

Percebe-se, portanto, que a retratação e a correção estão voltados para o viés moral, como se fosse uma oportunidade de Lula se redimir com o povo brasileiro e até mesmo com o jornal, que cobra essa postura do candidato. Mas mesmo com os pedidos, OESP é descrente que Lula os cumpra, principalmente nas correções dos erros do passado, afirmando em momentos que a esquerda precisa superar Lula e deixar o campo político respirar novos ares. A ausência desse pedido de desculpas teria sido o estopim para a onda antipetista, que culminou na eleição de Bolsonaro, em 2018. Além disso, seria mais uma demonstração da arrogância e falta de humildade que o *Estadão* busca associar a Lula:

Cansado da farsa, o povo foi tomado irresistivelmente pelo sentimento antipetista, consubstanciado nas multitudinárias passeatas pelo impeachment de Dilma, em 2016, e em 2018 e elegeu o antípoda Jair Bolsonaro – cujo grande feito, em razão de sua truculência e de seu calamitoso governo, foi ter feito uma parte significativa do eleitorado sentir saudades de Lula da Silva. Mas nada mudou: como mostra a entrevista do demiurgo de Garanhuns à Economist, não há razão para acreditar que Lula da Silva tenha a intenção de demonstrar contrição pelos inúmeros erros e

desvios que ele e seus companheiros cometeram. Afinal, por que aquele que não se considera um ser humano, mas uma “ideia”, que não se cansa de dizer que é a “alma mais honesta” do País, que diz ter sido o “melhor presidente da história do Brasil”, que frequentemente se compara a ninguém menos que Jesus Cristo e que se oferece como a encarnação do próprio povo se desculparia pelo que quer que seja? (O Estado de S.Paulo, *Os petistas, ora vejamos, estão cansados*, 21/09/2022, on-line)

Em uma entrevista à revista britânica *The Economist*, Lula afirmou que o PT está cansado de pedir desculpas pelas acusações de corrupção. Na ocasião, o veículo inglês gostaria de fazer um balanço sobre as principais propostas econômicas de Lula, caso fosse eleito presidente do Brasil. A partir da declaração do candidato, o *Estadão* afirmou desconhecer os pedidos de desculpas do partido, e de que o povo brasileiro havia perdido as esperanças de que isso fosse acontecer. O jornal paulistano extrapola os escândalos de corrupção e trata de momentos em que Lula ainda não havia se candidatado à presidência, como quando os constituintes do partido votaram contra a Constituição de 1988, a pedido de Lula.

O PT jamais se desculpou por sua irresponsabilidade em relação a quase todos os principais temas políticos e econômicos do País. Por exemplo, veio de Lula da Silva, que hoje se apresenta como salvador da democracia, a ordem para que os constituintes petistas votassem contra a Constituição. Na lógica do quanto pior para o País, melhor para Lula, o PT bombardeou o Congresso com ineptos pedidos de impeachment contra Itamar Franco e Fernando Henrique Cardoso e sabotou do Plano Real a modernização da telefonia, passando pela criação das agências reguladoras e das regras de responsabilidade fiscal. No Planalto, perverteu o regime democrático distribuindo mesadas a deputados e capturando a estrutura do Estado para financiar sua máquina eleitoral (O Estado de S.Paulo, *Os petistas, ora vejamos, estão cansados*, 21/09/2022, on-line)

O *Estadão* retoma o argumento de que o petista deveria se afastar das ditaduras latinoamericanas, pois se trata de uma contradição de alguém que se autodenomina o “salvador da democracia”. Neste eixo, percebe-se que os erros apresentados pelo OESP giram em torno das mesmas temáticas, ou seja, pouca pluralidade quando se trata dos erros cometidos por Lula. Outra característica da campanha bastante abordada pelo jornal é a falta de apresentação de propostas, tema a ser trabalhado no próximo tópico desta pesquisa.

5.4.3 Apresentar propostas/planos de governo

Neste eixo temático, denominado *Apresentar propostas/planos de governo*, estão os editoriais em que o *Estadão* recomenda que Lula seja mais claro sobre como pretende conduzir um possível terceiro governo. De acordo com o jornal, os candidatos estão mais preocupados em se atacar do que em apresentar propostas para o futuro do Brasil. A atitude

dos postulantes à presidência, além de desamparar o eleitor, que não sabe como serão os possíveis mandatos de Lula e Bolsonaro, também esvazia o debate público, pois as ideias se perdem e ficam somente os ataques.

O jornal critica a atitude de Lula de apostar na nostalgia dos últimos governos. De acordo com OESP, essa postura não faz sentido, pois a situação do país não é a mesma de 2003 quando, segundo o periódico, FHC deixou um país estável para o petista governar. Além disso, a tática de apostar nas recordações dos governos passados é uma forma de não apresentar propostas e, caso saísse vencedor, não poderia ser cobrado por promessas que não fez ao povo brasileiro.

A apresentação de propostas seria uma forma de Lula justificar o apoio de pessoas com influência nas esferas pública e política, muitas delas que não possuíam um histórico de apoio ao Partido dos Trabalhadores, mas que declararam voto no partido como uma forma de impedir um segundo turno devido às atitudes antidemocráticas de Bolsonaro enquanto presidente do Brasil.

O petista Lula da Silva acha desnecessário apresentar propostas de governo para ganhar o voto dos brasileiros e ser eleito presidente da República. Para o ex-presidente, basta recordar o que ele fez quando chegou ao poder em 2003, como se a situação do Brasil neste momento, com sérios desequilíbrios fiscais, pressão inflacionária e grave conjuntura internacional, fosse idêntica à daquela época, em que o governo de Fernando Henrique Cardoso lhe entregou um país estável e com as contas saneadas – cenário que, convém lembrar, Lula chamou de “herança maldita”, injustiça da qual jamais se retratou (O Estado de S. Paulo, *O mistério de Lula*, 30/09/2022, on-line).

Nos últimos dias, economistas, magistrados, empresários, artistas e influenciadores, muitos dos quais não petistas, anunciaram a intenção de votar em Lula da Silva neste domingo, não porque estejam convencidos de que é mesmo a melhor opção para o País, mas porque querem impedir que haja um segundo turno, o que daria sobrevida a Bolsonaro – e, por tabela, ao clima de confronto antidemocrático alimentado pelo presidente (O Estado de S. Paulo, *O mistério de Lula*, 30/09/2022, on-line)

Segundo o periódico, as poucas propostas de Lula que se tornaram públicas são muito generalistas, como “incluir o pobre do orçamento”, ou irresponsáveis, como a revogação do teto de gastos. De acordo com o jornal, a medida sancionada por Temer serve “justamente para interromper o descalabro fiscal herdado do governo da petista Dilma Rousseff. Como o Brasil infelizmente já sabe, nem Lula nem os cardeais petistas gostam de limites para os gastos públicos” (O Estado de S. Paulo, *O mistério de Lula*, 30/09/2022, on-line).

A necessidade de apresentar propostas se torna ainda mais latente quando os economistas responsáveis pelo Plano Real declaram apoio à candidatura de Lula da Silva. O jornal demonstra respeito pelos atores do campo econômico, justamente por participarem da

confeção do Plano implementado no governo de Itamar Franco, que segundo o *Estadão* “foi um divisor de águas na história brasileira. Domar a hiperinflação proporcionou a estabilidade que a sociedade desconhecia e almejava” (O Estado de S.Paulo, *Lula precisa fazer jus a tanto apoio*, 07/10/2022, on-line). É pertinente destacar que, sempre quando menciona o Plano Real, o periódico reforça o voto contrário do PT, numa tentativa de dizer que o partido foi contra uma medida benéfica para a economia, dando a ideia de que a agremiação luta pelo retrocesso do país.

Mesmo os economistas tendo declarado apoio a Lula sem terem explicitado condições específicas, exigindo somente uma *condução responsável da economia*, OESP afirma que essas exigências estão subentendidas no suporte, devido ao histórico liberal dos atores que “emprestam agora seu legado à candidatura de Lula – o que evidentemente não se traduz em endosso à política econômica da campanha, que, por sinal, nem sequer é conhecida” (O Estado de S.Paulo, *Lula precisa fazer jus a tanto apoio*, 07/10/2022, on-line).

As principais recomendações do *Estadão* a Lula são para que o candidato lute para amenizar a polarização política. Um dos meios para atingir este objetivo seria apresentando propostas de futuro, mas em conjunto pedir desculpas pelos erros cometidos no passado. Essa amarração do *Estadão* pretende moldar Lula no sentido de ser um candidato ideal, ou “menos nocivo” para o país na interpretação do periódico.

Nesta categoria, foram analisadas as principais recomendações do jornal *O Estado de S. Paulo* para o candidato Luiz Inácio Lula da Silva durante as eleições de 2022. Essa prática é comum nos editoriais, pois a produção é destinada para os grupos dirigentes. No entanto, outro elemento importante do gênero é a possibilidade de usar recursos não usuais em produções informativas, como adjetivos, juízos de valor etc. (Silva *et al.*, 2022).

No próximo tópico serão apresentados e analisados os principais adjetivos e demais caracterizações empreendidas ao candidato Lula da Silva pelos editoriais do jornal *O Estado de S.Paulo*.

5.5 ADJETIVOS E OUTRAS EXPRESSÕES QUE QUALIFICAM LULA

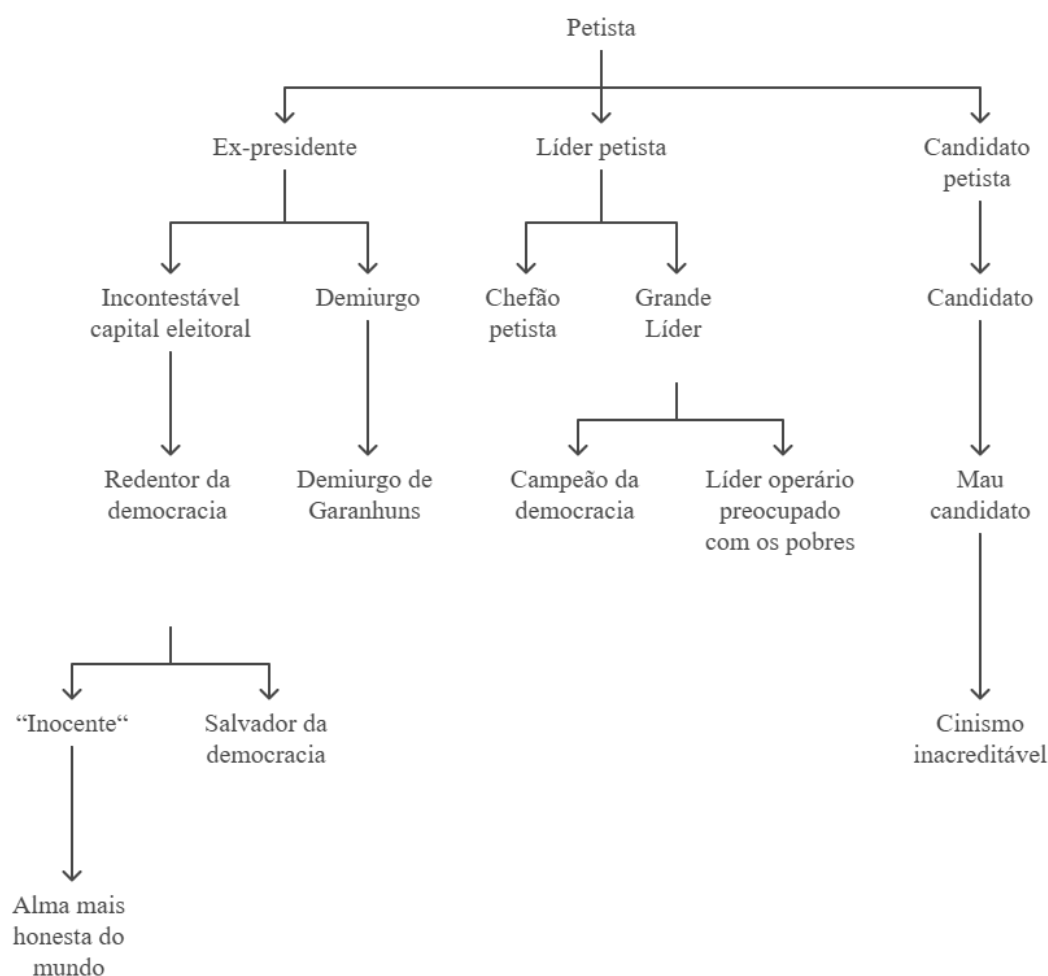
Diferente de outras produções jornalísticas, os textos opinativos permitem ao autor o uso de recursos não vistos com frequência em outros gêneros, como as notícias (Silva *et al.*, 2022). Entre as ferramentas textuais estão os adjetivos e outras possibilidades de caracterizar um personagem, uma das formas mais explícitas de criar representações. Como aponta Gomes (2004), quanto mais sintética for a imagem pública de um ator, mais fácil ela fixa na opinião

pública. Portanto, se a imagem de um ator puder ser reduzida a uma palavra, a eficiência dela tende a ser maior.

Assim, neste tópico serão apresentadas e analisadas as principais caracterizações sobre Lula feitas pelo jornal *O Estado de S. Paulo*. Após a leitura do *corpus*, foram encontrados 19 adjetivos ou qualificativos relacionados à imagem do candidato do Partido dos Trabalhadores. Neles é possível observar também a presença da ironia, o que parece ser uma outra característica de editoriais. O número de vezes que adjetivos ou qualificativos foram mencionadas durante o texto está contabilizada e elencada em um esquema, disponível no Apêndice D.

Figura 4: Adjetivos ou qualificativos relacionados a Lula

Análise de Termos Relacionados a Lula da Silva



Made with Napkin

Fonte: Elaborado pelo autor

Ao observar as qualificações presentes no esquema, vê-se a aproximação constante de Lula a seu partido, aspecto não visto em Bolsonaro, por exemplo, que raramente é associado ao seu partido. O motivo de Lula ser sempre atrelado ao PT pode ser interpretado pelo fato do petista ser o principal nome do partido desde sua fundação, além de ter representado a sigla em seis eleições presidenciais, portanto, acaba sendo indissociável. Outra interpretação possível poderia ser para relacionar Lula aos erros cometidos pelo partido ao longo dos anos, abordados anteriormente.

Algumas características positivas são mobilizadas de maneira irônica pelo jornal, como é o caso da palavra “inocente” escrita entre aspas, representando a ironia ao dizer que Lula se considerava inocente das acusações de corrupção. O mesmo sentido é atribuído a “a alma mais honesta do mundo”, também utilizada em tom irônico ao se referir ao argumento de inocência do candidato do PT.

Quando o *Estadão* chama Lula de “salvador da democracia”, “redentor da democracia” ou “campeão da democracia”, também é em tom jocoso, a fim de mostrar as contradições do candidato, que não consegue condenar as ditaduras dos “companheiros”.

O Lula que se declara “inocente” em relação a graves denúncias de corrupção, como se fosse a alma mais honesta do mundo, é o mesmo que até hoje foi incapaz de reconhecer os comprovados desvios de bilhões em recursos públicos durante os governos petistas, muitos dos quais ocorridos nas suas barbas (O Estado de S. Paulo, *Nem Bolsonaro, nem Lula*, 02/10/2022, on-line)

O Lula que hoje quer ser visto como salvador da democracia é o mesmo que nutre devoção religiosa à ditadura cubana e que é incapaz de condenar a tirania dos companheiros Nicolás Maduro na Venezuela e Daniel Ortega na Nicarágua, além de defender sistematicamente a “regulação da mídia”, nome fantasia para seus devaneios censórios (O Estado de S. Paulo, *Nem Bolsonaro, nem Lula*, 02/10/2022, on-line).

A única característica positiva trazida pelo jornal é sobre o “incontestável capital político” de Lula. Mas, ao olharmos para o contexto em que ela está inserida, vê-se que o capital político de Lula serve para impedir a ascensão de outras candidaturas do campo progressista, concentrando todas as forças do espectro político em um único ator.

[...] muito provável que novas lideranças de esquerda, mais arejadas, estejam lutando para se afirmar nesse campo, mas não encontram oxigênio para florescer porque a figura de Lula as asfixia. Talvez em razão de seu incontestável capital eleitoral, Lula ainda dita os rumos da esquerda, vinculando-a ao ranço bolivariano, kirchnerista e castrista, entre outras manifestações autoritárias e ultrapassadas (O Estado de S. Paulo, *A democracia segundo Lula*, 26/08/2022, on-line)

A respeito da postura de Lula como candidato, o *Estadão* afirma que o ex-presidente é um mau candidato com um discurso cínico e raso, pois não apresenta propostas de como irá conduzir a gestão do Brasil caso seja eleito. Mesmo as características historicamente construídas, como o fato de Lula ter ascendido da classe operária e ter se tornado um símbolo deste grupo social, são aspectos positivos que, no discurso do Estadão, acabaram se transformando em fatores negativos para a imagem do político.

Outro modo de retratar explicitamente o candidato é o adjetivo “Demiurgo de Garanhuns”, que além de caracterizar Lula, ainda coloca o marcador da origem nordestina do candidato, algo que, ao menos no *corpus* analisado, não acontece com Bolsonaro. Não se vê nenhuma menção ao local de nascença de Bolsonaro. De acordo com a filosofia platônica, o demiurgo seria um ser praticamente divino que molda e organiza coisas preexistentes.

Em um excerto, o *Estadão* chama Lula de demiurgo pela intenção do candidato de criar dez ministérios. Em outros, refere-se dessa forma sem o sentido de criar ou moldar alguma coisa. Mas não fica claro se o jornal o chama de demiurgo no intuito de dizer que Lula se acha um ser divino, do partido o representar dessa forma ou ainda de ironizar o modo como *Estadão* expressa seu próprio preconceito regional e de classe ao juntar “demiurgo” (divino) “Garanhuns” (do interior do nordeste e do Brasil).

Lula, é verdade, confeccionou a imagem do líder operário preocupado com os pobres que lhe granjeou simpatia nas elites globais e acesso aos palácios do poder. Mas desperdiçou esse capital com delírios megalomaniacos de conflagrar uma espécie de insurgência terceiro-mundista. Será a sua “frente ampla” moderada mais que fachada eleitoreira? É uma incógnita (O Estado de S. Paulo, *O Brasil no mundo novo*, 28/10/2022, on-line).

O petista Lula da Silva e o presidente Jair Bolsonaro parecem concordar que há uma solução mágica para todos os problemas do País: a criação de Ministérios. O demiurgo de Garanhuns, até o momento, prometeu criar nada menos do que dez pastas. O incumbente, mais quatro (O Estado de S. Paulo, *Ministério não é panaceia*, 19/09/2022, on-line).

O demiurgo de Garanhuns se apresenta como redentor da democracia, mas nessa democracia não cabem os brasileiros do campo que não votam nele, pois os considera ou ignorantes ou reacionários (O Estado de S. Paulo, *Lula não gosta de “capiau”*, 28/09/2022, on-line).

Como visto no capítulo sobre imagem pública, a adjetivação é uma forma eficaz de reduzir uma pessoa a apenas uma palavra, fixando-a de maneira mais eficaz na opinião pública. Isso porque caracterizar “é estabelecer uma personalidade e uma personagem, uma forma de existência em si mesma e uma forma de existência para fora, de existência

representacional, de imagem” (Gomes, 2004, p. 255). Por isso, é imprescindível observar quais adjetivos e características o *Estadão* atribui a Lula.

A partir das adjetivações e características encontradas no material empírico, percebe-se a constituição de uma imagem de Lula que, a partir da ironia, procura mostrar que nada teria de inocente, honesto e nem de figura importante para a democracia brasileira. Pelo contrário, a relação de Lula com essas ditaduras mostraria as contradições do candidato. A indissociação de Lula e o PT também deixa claro que um depende do outro e ambos são responsáveis pelos erros cometidos, ou seja, Lula da Silva é o rosto do PT, seu “Grande Líder”, em referência ao Partido Comunista Chinês, de Xi Jinping, ator a quem Lula demonstraria respeito e manteria uma relação amistosa.

Neste tópico, foram analisados os adjetivos e outras formas usadas pelos editoriais do jornal *O Estado de S. Paulo* para caracterizar Lula nas eleições de 2022. Percebe-se a predominância de qualificativos negativos e mesmo as características positivas, a exemplo de “um bom capital político”, são mobilizadas de maneira negativa. Apesar da equivalência entre os principais adversários ao posto de presidente da República, percebe-se algumas diferenças nos qualificativos. Diferente de Bolsonaro, Lula é sempre atrelado ao seu partido, sendo indissociável, assim como o marcador da origem do candidato petista (ser nordestino). Isso aparece quando o *Estadão* chama Lula de “demiurgo de Garanhuns”, algo que também não ocorre com Bolsonaro.

Ao longo da análise, é perceptível o tom predominantemente negativo e irônica ao tratar de Lula. Esse fator corrobora o histórico do *Estadão* nos posicionamentos em relação a este partido, mesmo sendo uma conjuntura política e democrática diferente das rivalidades entre PT e PSDB. Apesar disso, a postura do jornal sofreu poucas alterações. A partir desse retrospecto negativo entre o periódico e o candidato, achou-se pertinente investigar a presença ou não de desinformação na constituição da imagem pública de Lula. Esse ponto da análise será abordado no próximo tópico.

5.6 ASPECTOS DE DESINFORMAÇÃO

A categoria *Aspectos de desinformação* busca apreender comentários, posicionamentos, observações etc. nos editoriais que podem desinformar o leitor. Dois códigos foram elaborados a partir da leitura: *Afirmção infundada* e *Afirmção difícil de checar e/ou que incorpora meias verdades*. Por mais que o editorial seja um gênero opinativo e não necessariamente precise seguir certos procedimentos do jornalismo informativo,

entendemos que a expressão da opinião não está dispensada de seguir algumas regras éticas, como a publicação de informações verídicas e com possibilidade de checagem (Gauthier, 2015).

Em todo o *corpus* – composto por 58 editoriais –, seis apresentam aspectos de desinformação, número correspondente a 10,3% da empiria. Das desinformações encontradas, quatro são afirmações de difícil checagem, e duas são afirmações infundadas. Nos estudos do levantamento bibliográfico feito para esta dissertação, não foram encontradas produções que se proponham a identificar e refletir sobre eventual desinformação em conteúdos opinativos de jornais *mainstream*. Normalmente, as investigações sobre desinformação estão focadas em veículos independentes ou identificados com algum espectro político de maneira mais clara, como os veículos da extrema-direita.

5.6.1 Afirmação infundada

Neste eixo foram encontrados editoriais com alguma afirmação infundada, informações veiculadas pelo *Estadão* que são passíveis de checagem e, a partir da verificação, constatou-se que a afirmação é uma desinformação. Em dois textos opinativos foi identificada a presença de informações inverídicas: uma delas sobre a inocência de Lula, e outra a respeito do PT e do seu principal candidato não terem trabalhado pelo *impeachment* de Bolsonaro.

No editorial *Um debate muito útil*, o *Estadão* comenta sobre o retrospecto penal do ex-presidente Lula, afirmando que o candidato distorce a realidade, reivindicando uma inocência que nunca existiu. Isso se deve ao fato de que os processos foram anulados porque o ex-juiz Sergio Moro foi julgado parcial para julgar o caso³⁰.

Sobre sua trajetória penal, o candidato petista distorceu uma vez mais a realidade. Tendo deixado a prisão e se tornado elegível em razão de nulidades processuais causadas por erros do Ministério Público e da Justiça, **postulou o reconhecimento de uma inocência que nunca houve**. Lula disse ter sido inocentado até pela ONU. Faltou só citar o Tribunal do Santo Ofício. E tudo isso quando foi questionado sobre a inegável corrupção do PT e o rombo das estatais (O Estado de S. Paulo, *Um debate muito útil*, 30/08/2022, on-line, grifo meu)

A desinformação está no fato de Lula ser sim, inocente, mesmo sem ter sido absolvido formalmente dos processos. De acordo com especialistas do campo do Direito entrevistados

³⁰ Lula foi preso no dia 7 de abril de 2018, condenado pelo ex-juiz Sergio Moro por corrupção passiva e lavagem de dinheiro no caso de um triplex no Guarujá, na Baixada Santista. No entanto, Lula foi solto no dia 8 de novembro de 2019, após o STF julgar inconstitucional a prisão em segunda instância.

pelo *Uol*³¹, a não-inocência no caso de Lula é utilizada por seus inimigos políticos, algo que causa dissonâncias no debate público. Para o Direito, a partir do momento que não há sentença condenatória, presume-se que o réu é inocente até que se prove o contrário, conforme consta no Artigo 11º da Constituição do Brasil³².

Mesmo Lula tendo sido condenado em segunda instância pela Operação Lava Jato, essas acusações foram anuladas. Com isso, Lula volta para a estaca zero, onde todos são inocentes até serem julgados e condenados em um processo imparcial. Portanto, ao dizer que a inocência de Lula nunca existiu, o *Estadão* pratica uma desinformação, já que, nas acusações feitas pelo processo da Lava Jato, Lula é inocente. Percebe-se que a inocência, neste caso, é usada de forma moral, o que explica a insistência do jornal nos pedidos de desculpa e correção de erros do PT.

A segunda afirmação infundada se encontra no editorial *A democracia não depende de Lula*, em que o *Estadão* argumenta sobre a necessidade de Bolsonaro estar nas eleições para que Lula seja o vencedor. Aliado a isso, o jornal afirma que Lula e o PT não trabalharam pelo *impeachment* de Bolsonaro, preferindo levar a disputa para as urnas, ação que alimentou a polarização política, que, segundo o jornal, é uma especialidade do partido.

por que o PT, tão preocupado com as ameaças bolsonaristas à democracia, **não trabalhou pelo impeachment de Bolsonaro?** Ocasões, motivos e clamor popular não faltaram. No entanto, Lula e o PT acharam que era preferível vencer Bolsonaro nas urnas. Ou seja, julgaram que manter Bolsonaro na Presidência poderia ser útil para alimentar a polarização que os petistas sabem explorar como ninguém (O Estado de S. Paulo, *A democracia não depende de Lula*, 24/09/2022, on-line, grifo meu).

Como essa é uma informação de fácil checagem, recorreu-se a notícias e diversas fontes para saber se Lula e o PT realmente não tinham apoiado o *impeachment* de Bolsonaro. Foram encontradas algumas notícias sobre o tema: a primeira, publicada em 22 de outubro de 2020 pelo *Uol*, revela que Lula, através de seu perfil oficial no *Twitter* (hoje *X*), criticou Bolsonaro por vetar a compra das vacinas da CoronaVac durante a pandemia de covid-19. No *tweet*, Lula considerou a atitude de Bolsonaro criminosa e afirmou que era um motivo para discutir o *impeachment*. Outras fontes, como a notícia publicada no dia 18 de dezembro de 2021 pelo *Estado de Minas*, mostram que o PT pediu o *impeachment* de Bolsonaro por falas

³¹ Disponível em:

<https://noticias.uol.com.br/eleicoes/2022/10/28/lula-e-inocente-o-que-significa-ter-as-condenacoes-anuladas-pelo-stf.htm>

³² Disponível em:

<https://www.gov.br/mdh/pt-br/assuntos/noticias/2018/novembro/artigo-11o-todos-sao-inocentes-ate-que-se-prove-o-contrario>

contra técnicos da Anvisa pela liberação da vacinação em crianças de até cinco anos durante a pandemia de covid-19.

Portanto, a afirmação de que o PT não atuou pelo *impeachment* de Bolsonaro, preferindo enfrentá-lo nas urnas, não procede. Lula, pela declaração mostrada anteriormente, e o PT, pelos pedidos protocolados, trabalharam pelo afastamento do ex-presidente Jair Bolsonaro.

Neste tópico, foram apresentadas, checadas e analisadas as declarações do *Estadão* passíveis de checagem. Em dois editoriais foi constatada a presença de afirmações infundadas. Na próxima seção desta pesquisa, serão abordadas as afirmações que são de difícil checagem ou que carregam meias-verdades.

5.6.2 Afirmação difícil de checar e/ou que incorporam meias-verdades

Neste eixo, foram encontrados quatro editoriais com alguma afirmação de difícil checagem ou que incorporam meias-verdades. Em um dos casos, o *Estadão* comenta sobre as campanhas de desinformação e difamação de adversários capitaneadas pelo PT. Segundo o jornal, Lula não pediu desculpas por esses atos. As demais recorrências versam sobre a suposta vontade do candidato petista de regular a mídia. De acordo com *O Estado de S.Paulo*, Lula utiliza o discurso de “regulação da mídia” para censurar a imprensa no Brasil.

No editorial *Os petistas, ora vejam, estão cansados*, publicado em 21 de setembro de 2022, o *Estadão* afirma que “o PT não se desculpou pelo incentivo à cizânia política – o ‘nós’ contra ‘eles’ – que gestou o bolsonarismo, tampouco pelo apoio a ditaduras de esquerda latino-americanas, pela tolerância com o corporativismo e o patrimonialismo, pelas campanhas de desinformação e difamação de adversários” (*O Estado de S.Paulo, Os petistas, ora vejam, estão cansados*, 21/09/2022, on-line).

Como OESP não especifica quais campanhas de desinformação e qual adversário foi difamado pelo PT, a checagem das informações se torna difícil. Nesse caso, o jornal usa a autoridade de sistema perito afirmando que essa informação é verdadeira, sendo que ela não é passível de checagem. Quando se pesquisa sobre possíveis campanhas de desinformação capitaneadas pelo PT, encontra-se o contrário: desinformação para difamar o PT e seus candidatos (Quessada, 2023).

A respeito da vontade de Lula de regulação da mídia, o jornal considera um “devaneio censório” do candidato. Para o *Estadão*, o objetivo de Lula é supostamente censurar as mídias. Para fins de contexto, coletamos uma notícia publicada no portal *Poder360*, no dia 8

de junho de 2022, com uma declaração de Lula dizendo que a regulação não é “censura prévia”. Lula defende que o assunto seja discutido socialmente para enfrentamento das *fake news*.

O Lula que hoje quer ser visto como salvador da democracia é o mesmo que nutre devoção religiosa à ditadura cubana e que é incapaz de condenar a tirania dos companheiros Nicolás Maduro na Venezuela e Daniel Ortega na Nicarágua, além de defender sistematicamente a “regulação da mídia”, nome fantasia para seus devaneios censórios (O Estado de S. Paulo, *Nem Bolsonaro, nem Lula*, 02/10/2022, on-line).

Deve-se advertir que os dois primeiros colocados nas pesquisas de intenção de voto para presidente da República – Luiz Inácio Lula da Silva e Jair Bolsonaro – apresentam, cada um a seu modo, ameaças à liberdade de expressão. Desde sua fundação, o PT flerta com propostas de “regulação social da mídia”. Para piorar, os petistas nunca são claros na concretização dessas ideias, o que revela o caráter intimidatório dessas propostas – querem impor um clima de apreensão sobre o jornalismo profissional –, bem como a tentativa de criar uma falsa contraposição entre interesse público e imprensa (O Estado de S. Paulo, *A dimensão da liberdade de expressão*, 26/09/2022, on-line)

Se quisesse realmente demonstrar preocupação com a democracia, Lula teria começado por afastar-se, sem meias palavras, dos companheiros ditadores de esquerda na América Latina; teria declarado, sem sombra de dúvidas, seu respeito pela liberdade de imprensa, abandonando qualquer ideia de controlar o que a mídia publica ou deixa de publicar; e teria rejeitado o aparelhamento ideológico da máquina estatal e a condução irresponsável de políticas econômicas, marcas do lulopetismo que acabaram por cindir a sociedade (O Estado de S. Paulo, *O pior dos pesadelos*, 03/10/2022, on-line)

A regulação das mídias não é uma pauta recente, assim como o debate da possibilidade dessa regulação ser vista como censura. O próprio Habermas (2023) traz essa problemática em sua obra mais recente. Habermas (2023) defende que as *big techs*, não assumem a responsabilidade pelo conteúdo veiculado nas plataformas; pelo contrário, elas servem apenas como uma arena discursiva ampliada e fragmentada onde todas as pessoas com acesso a estas redes podem se tornar autores, sendo responsáveis pelas mensagens, aumentando, inclusive, a veiculação de desinformação em massa.

Outro aspecto importante é a concentração do ecossistema midiático em poucas empresas, criando assim um discurso pouco plural. No Brasil tem-se o fato de que os grandes grupos de mídia são dominados por poucas famílias, como observam Azevedo (2006) e Albuquerque (2000). O pesquisador Lucas Oliveira (2023) afirma que a concentração do poder midiático é ruim para a democracia, pois tanto a democracia quanto a liberdade de imprensa constituem valores fundamentais amplamente almejados por diversas sociedades.

Portanto, a regulamentação da mídia deve ser considerada como uma medida indispensável para conciliar a liberdade de imprensa com a preservação de valores sociais, prevenção da concentração excessiva de poder e contenção da disseminação de informações falsas (Oliveira, 2023, p. 16)

Diferente da ideia de censura, a regulação atuaria mais no sentido de mitigar os monopólios econômicos da mídia, fazendo com que a concorrência entre as empresas fosse menos desleal, formando um discurso mais plural (Soares; Rodrigues, 2018). A regulação, diferente da censura, não se ateria ao discurso. Em caso de censura, o conteúdo midiático passaria por critérios para saber se a veiculação seria possível ou não. Um exemplo é durante a ditadura militar brasileira, principalmente depois do AI-5, quando censores foram colocados nas redações, culminando em proibição de reportagens, notícias, entre outros tipos de censura (Gentili, 2004).

No entanto, ao dizer que a regulação da mídia faz parte dos “devaneios censórios” de Lula, o *Estadão* não afirma categoricamente se o candidato pretende censurar os veículos de imprensa, pois a palavra devaneio remete a um sonho, algo fantasioso, então, é difícil dizer com clareza se o jornal afirmou que Lula pretende censurar a mídia ou se isso é apenas um sonho.

Em contrapartida, ao analisarmos o trecho todo, percebe-se que o *Estadão* novamente traz a dicotomia *Ditadura x democracia*, dizendo que Lula é um devoto da ditadura cubana, além de não condenar Nicolás Maduro e Daniel Ortega, usando a regulação da mídia como um recurso para disfarçar os seus “devaneios censórios”. Deste modo, o jornal deixa para a interpretação do leitor se Lula também quer ser autoritário e censurar a mídia, ou se isso não passa de um sonho.

Nesta categoria, foram abordados os aspectos de desinformação que poderiam potencialmente estar sendo mobilizados para constituir ou reforçar imagens de Lula nos editoriais do *Estadão*. No primeiro excerto apresentado foi possível verificar que o PT atuou a favor do *impeachment* de Bolsonaro, contradizendo o discurso do jornal, que afirmava que Lula dependia de Bolsonaro para se eleger, por isso não havia trabalhado pelo *impeachment*. No segundo fragmento, como OESP trata da regulação da mídia como um “devaneio censório” de Lula, torna-se difícil a verificação do fato.

Nas discussões dos estudos acima citados, viu-se que a regulação da mídia não significa uma censura, mas tornar o ecossistema midiático menos concentrado e mais democrático. A partir do momento que o *Estadão* retrata Lula como tendo “devaneios censórios”, o jornal deixa para a interpretação do leitor se o candidato teria ou não a vontade

de cercear a mídia, o que não condiz com os princípios éticos do jornalismo, mesmo tratando-se de um texto opinativo.

Vimos que seis editoriais do *Estadão* incidem nos códigos que representam algum aspecto de desinformação. Percebe-se que o jornal utiliza informações de difícil checagem, como Lula supostamente desejar censurar a imprensa a partir da regulação da mídia. Essa ideia também reforça uma imagem antidemocrática do petista, principalmente quando o jornal afirma que esse é um *modus operandi* dos companheiros ditadores de Lula. Outro aspecto importante é a contestação da inocência de Lula, ao dizer que ela nunca existiu. Essa representação coloca uma interrogação na inocência do candidato, que é olhada com dúvida pelo jornal.

5.7 IMAGEM PÚBLICA, OPINIÃO E DESINFORMAÇÃO

Na análise empreendida nesta pesquisa foi possível identificar algumas facetas da imagem pública de Lula projetada pelos editoriais de *O Estado de S. Paulo*, apreendidas na leitura do material empírico a partir das categorias que compõem nosso modelo analítico: *Temas; Atores relacionados; Ocorrências passadas; Recomendações sobre o que Lula deve fazer; Adjetivos/qualificativos e Aspectos de desinformação.*

De forma geral, percebe-se uma postura negativa do OESP com Lula, algo que não é inédito e corrobora estudos anteriores, visto o histórico da imprensa *mainstream* brasileira com o político (Azevedo, 2018). As posições negativas podem ser vistas no discurso veiculado pelo *Estadão*, principalmente quando mobiliza um passado relacionado a escândalos de corrupção do partido durante a gestão de Lula; a relação amistosa dele com chefes de Estado nomeados como autoritários e um discurso considerado irresponsável pelo jornal, por não apresentar propostas e estar mais preocupado em atacar Bolsonaro.

Outra característica encontrada de maneira recorrente nos editoriais é a equivalência entre Lula e Bolsonaro, sendo esse o tema mais abordado pelo jornal. Na pesquisa de Rebouças *et al.* (2022), os autores afirmam que a comparação entre os políticos é equivocada, pois trata-se de dois atores diametralmente opostos nas pautas que defendem. No entanto, o *Estadão* insiste em um discurso que coloca Bolsonaro e Lula como equivalentes em quase todos os aspectos da campanha eleitoral. O *Estadão* os compara pela escassez de propostas, pelos erros enquanto presidentes, mas principalmente pelo fato de, na opinião do periódico, ambos serem opções ruins para o Brasil.

Isso remete às discussões sobre objetividade trazidas no primeiro capítulo, e à separação entre opinião e informação dentro do jornalismo. Apesar de autores como Chaparro (2008) defenderem a tese de que a opinião perpassa todo o conteúdo jornalístico, é perceptível nos editoriais uma busca por uma espécie de isenção ao não optar nem por Lula, nem por Bolsonaro; e mesmo não declarando voto em ninguém, o *Estadão* afirma que existem outras opções. Percebe-se uma tentativa de isenção em um conteúdo que não necessariamente cobra uma neutralidade, pelo contrário, permite ao editorialista que use recursos não utilizados em produtos informativos (Silva *et al.*, 2022).

Exemplos dessa tentativa de isenção são: ao falar mal de Bolsonaro, OESP vê a necessidade de também criticar Lula ou apontar um erro similar. Se Bolsonaro não tem propostas, Lula também não teria. Além dos elementos singulares do ator – discurso, posicionamentos etc. – os atores aos quais ele é relacionado também influenciam na constituição da imagem pública, vista que ela é gerada na recepção (Gomes, 2025; Weber, 2004, 2009, 2025). Portanto, a relação que o *Estadão* estabelece entre Lula e demais atores também serve para constituir ou reforçar uma faceta da sua imagem pública, principalmente na contradição de um candidato que se diz o salvador da democracia e mantém relação política e amistosa com ditadores.

As adjetivações e outras caracterizações também colaboram para a constituição de uma imagem pública, além da fixação desta na opinião pública pela capacidade de reduzir uma pessoa em uma palavra ou frase (Gomes, 2025). O *Estadão* utiliza esse recurso diversas vezes, como quando chama Lula de “demiurgo de Garanhuns”, ironiza e aponta contradições do candidato com a democracia ao dizer “salvador da democracia” ou “redentor da democracia”.

Na análise foram encontrados seis editoriais com elementos de desinformação: dois com afirmações infundadas e quatro com afirmação de difícil checagem ou que incorporaram meias-verdades. Na revisão bibliográfica feita para essa pesquisa, não foram encontrados trabalhos que se preocupam em investigar a existência de desinformação em conteúdos opinativos de jornais *mainstream*. Os trabalhos que tinham o objetivo de identificar ou analisar as desinformações utilizavam como empiria jornais independentes, ou perfis de redes sociais como o X – antigo *Twitter*.

O fato de ter encontrado desinformação nos editoriais mostra como, por vezes, os veículos podem ultrapassar a linha da opinião e cometer atos de desinformação. De acordo com Gauthier (2015), a verdade perpassa todo o trabalho jornalístico e, mesmo sendo um pressuposto do jornalismo informativo, a verdade acaba sendo um norteador para todos os

gêneros, Principalmente quando o editorial carrega o peso de ser a opinião da empresa, pois “os jornalistas continuam a ser, na sociedade, indispensáveis dizedores de verdade, mesmo quando a verdade de facto, de juízo ou de experiência não tem valor absoluto, devendo ser sujeita a uma discussão crítica” (Cornu, 1999, p. 402-403).

Assim, a imagem pública de Lula constituída pelos editoriais do *Estadão* corrobora estudos acerca do posicionamento histórico do veículo sobre Lula e confirma a teoria de Marques de Melo (2003) de que os editoriais conservam a opinião da empresa durante os anos. Mas também mostra a perpetuação de características atribuídas a Lula historicamente, algumas das quais já estão de alguma forma na opinião pública, como a relação do político com casos de corrupção.

Portanto, os editoriais não servem como uma forma de alargar o debate público, justificando o papel da imprensa na esfera pública (Habermas, 2021); eles servem para perpetuar visões hegemônicas, principalmente ligadas às elites empresariais e econômicas dos países onde estão situados. De certa forma, os editoriais são um gênero jornalístico que serve para defender o *status quo* das classes dominantes, nas quais as famílias detentoras desses veículos estão inseridas.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve como objetivo geral analisar a imagem pública do candidato Luiz Inácio Lula da Silva constituída nos editoriais do jornal *O Estado de S. Paulo* nas eleições de 2022. Para alcançar este objetivo, nos fundamentamos em discussões teóricas sobre esfera pública, opinião, imagem pública e desinformação e adaptamos um modelo de análise utilizado em pesquisas anteriores (Wendland, 2021) constituído por seis categorias analíticas: *Temas; Atores relacionados; Ocorrências passadas; Recomendações sobre o que Lula deve fazer; Adjetivos e outras expressões que qualificam Lula; e Aspectos de desinformação*. O corpus foi constituído por 58 editoriais publicados entre 16 de agosto de 2022 – data que marcou o início das propagandas eleitorais – e 31 de outubro de 2022 – repercussão do segundo turno. Os textos foram lidos a partir da Análise de Conteúdo (AC) de viés qualitativo.

Os principais resultados mostram uma imagem pública negativa do candidato Lula nos editoriais do *Estadão*, constituída também com elementos de desinformação. Em apenas um código – *Lula como vítima* – o político do Partido dos Trabalhadores não é retratado de maneira negativa. Em todos os outros, o jornal representa Lula de maneira desfavorável, irônica ou com elementos de desinformação. Os resultados corroboram a literatura mobilizada sobre a relação de Lula com a imprensa e, principalmente com o *Estadão*, no sentido de os jornais hegemônicos brasileiros conservarem uma imagem pública ruim de Lula desde seu surgimento na política durante as greves do ABC, no final da década de 1970 (Azevedo, 2018; Nava; Marques, 2019).

Os achados desta pesquisa também corroboram a bibliografia clássica e contemporânea sobre editoriais jornalísticos. A primeira delas é a plasticidade, que, segundo Marques de Melo (2003), é a necessidade da opinião do veículo se conservar com o tempo, para não causar dissonâncias e manter uma coerência. O estudo de Fernando Azevedo (2018) observou que entre 1989 e 2014, o *Estadão* foi o jornal mais negativo com a figura de Lula entre os *quality papers*. Esta dissertação mostra que a opinião d’*O Estado de S. Paulo* a respeito do ator segue a mesma linha, independente dos perigos que a reeleição de Bolsonaro representava à democracia.

Este estudo também dialoga com a pesquisa de Guilherme Guerreiro Neto (2016) no que tange à tentativa dos editoriais terem alguma relevância para a tomada de decisão no poder executivo. Isso não é algo novo, pois Marques de Melo (2003) também já tratou do tema. No entanto, as entrevistas feitas por Guerreiro Neto (2016) mostram que os editores de

opinião querem alcançar os presidentes e outros atores com alguma influência na tomada de decisão da esfera política. Esta dissertação mostrou como, em vários momentos, o *Estadão* recomenda ações a Lula, tanto na campanha, quanto no caso de vitória nas eleições.

Tratados os resultados de maneira geral, nos compete neste momento esmiuçá-los para entender cada categoria individualmente. Na categoria *Temas*, cinco códigos foram elaborados – *Ditadura x democracia; Lula e Bolsonaro como equivalentes; Dúvidas sobre Lula; Retórica do voto útil; e Lula como vítima*. Os resultados desta categoria mostram uma insistência do *Estadão* em mostrar as contradições de Lula. Na perspectiva do jornal, ao mesmo tempo em que ele brada ser um defensor da democracia, possui relações amistosas com líderes autoritários. Entre os exemplos estão os encontros e o apoio de Lula a Nicolás Maduro, presidente da Venezuela – que considera Lula como um “pai”, de acordo com o jornal –, Daniel Ortega, da Nicarágua, entre outros atores.

Esse aspecto da imagem pública de Lula é usado pelo jornal para aproximá-lo de Bolsonaro, pois se ele é considerado antidemocrático – e o *Estadão* não nega isso –, Lula também seria, porque não rompe as relações com esses ditadores. A equivalência entre Lula e Bolsonaro é bastante explorada pelo jornal. Se uma característica ruim do candidato da direita era elencada, o candidato do PT também tinha um defeito listado. Como se, para criticar Bolsonaro, o *Estadão* fosse obrigado a fazer o mesmo com Lula, buscando uma imparcialidade que não é necessária em conteúdos opinativos.

Rebouças *et al.* (2022) já haviam identificado essa equivalência entre Lula e Bolsonaro. Os pesquisadores apontaram que se trata de uma falsa comparação, pois os políticos divergem em basicamente tudo, desde o discurso até as políticas propostas. Portanto, o *Estadão* insistir em equiparar Lula e Bolsonaro não significa imparcialidade, nem postura de cão de guarda, mas sim reforçar um falso equilíbrio entre dois candidatos que não podem ser colocados no mesmo patamar.

É pertinente notar que Lula e Bolsonaro são comparados pelos erros que cometeram enquanto presidentes, mas também pelo discurso durante a campanha, que, segundo o *Estadão*, se resumia à troca de ataques pessoais e ausência de propostas. A suposta escassez de projetos é uma das dúvidas impostas a Lula pelo jornal. O periódico chega a afirmar que nem o apoiador mais fervoroso do PT tinha ideia de como seria um terceiro mandato de Lula.

Quando olhamos para os principais *atores aos quais Lula é associado*, Bolsonaro aparece em primeiro lugar. Algo já esperado, pois era o principal adversário nas eleições. A segunda colocada em menções é a ex-presidente Dilma Rousseff, associação que também pode ser considerada natural pelo fato de Rousseff ter sido a sucessora de Lula, mas há

nuances interessantes a salientar. Ao tratar de Dilma, o *Estadão* coloca Lula como o maestro do PT, alguém que mesmo sem ser presidente, permanecia na instância de tomada de decisões do partido, e por consequência do país. Para o jornal, Rousseff estava na cadeira, mas quem liderava era Lula, o que salienta também a discriminação de gênero reproduzida pelo *Estadão*, como se Dilma não tivesse capacidade e competência para governar por ser mulher.

O terceiro em menções é Daniel Ortega. A associação com Ortega reforça a dicotomia entre ditadura e democracia, tanto explorada pelo jornal. Ao contrário dos outros atores, este não é uma associação natural, pois o presidente da Nicarágua não é um participante direto na política brasileira, mas é utilizado para contestar o discurso da campanha de Lula de colocá-lo como o único capaz de derrotar Bolsonaro e salvar a democracia, conforme demonstra a pesquisa de Panke, Gonçalves e Brito (2023).

Essa dicotomia volta às *ocorrências passadas* mobilizadas pelo *Estadão*. O principal passado lembrado pelo jornal são os erros cometidos pelo PT, independente do governo. Nesse ponto nota-se um aspecto interessante: o jornal não consegue dissociar Lula do PT, algo pouco usual quando comparado com outros políticos. Bolsonaro, por exemplo, não é associado ao PL em nenhum momento – pelo menos no *corpus* analisado. Já Lula parece ser o culpado de todos os erros cometidos pelo Partido dos Trabalhadores, independente de estar ou não no cargo.

Os erros do PT voltam a ser mencionados nas recomendações sobre o que Lula deve fazer, mas dessa vez é no sentido do candidato ter que pedir desculpas ao povo pelos deslizes cometidos pelo partido. Fica subentendido se quem quer a retratação é o povo, ou o jornal falando em nome da população. Mesmo requisitando as desculpas, o *Estadão* é cético de que isso possa acontecer. O ceticismo se estende à apresentação de propostas mais explícitas de governo, principalmente a respeito da economia.

O *Estadão* utiliza adjetivos e outros recursos para caracterizar Lula. Isso é usual nos editoriais, pois como se trata de um gênero opinativo, esses instrumentos linguísticos são permitidos (Silva *et al.*, 2022). Essas caracterizações resumidas em adjetivos ou frases sintéticas constituem uma imagem em seu estado mais eficaz, pois, conforme Gomes (2025), quanto mais reduzidos forem esses qualificativos, maior sua apreensão pela opinião pública.

Todos os adjetivos utilizados pelo jornal possuem caráter negativo e/ou irônico. O único que pode carregar neutralidade é “ex-presidente”. Mesmo os qualificativos supostamente positivos como “incontestável capital político” adquirem tom negativo quando analisado no contexto utilizado no editorial. Existem caracterizações em que Lula é colocado em posições de poder dentro do partido como “Chefão petista” ou “Grande Líder”, em

referência a Mao Zedong, do Partido Comunista Chinês. Esses adjetivos são no sentido de Lula não abrir espaço para novas lideranças dentro da esquerda ou do próprio PT, monopolizando todo o poder e, portanto, reforçando a representação de um político que seria autoritário.

Um adjetivo interessante utilizado pelo jornal é “Demiurgo de Garanhuns”. Demiurgo é um ser com poderes mágicos, mas o *Estadão* adiciona o marcador de origem de Lula: ser nordestino. O mesmo não acontece com Bolsonaro – pelo menos nos textos analisados. Não se vê o político do PL sendo caracterizado pelo seu local de nascença. Portanto, podemos dizer que o jornal reproduz preconceitos com Lula pelo fato de ele ser nordestino.

Com relação aos aspectos de desinformação, foram encontradas duas afirmações infundadas e quatro afirmações difíceis de checar, ou que possuem meias-verdades. O *Estadão* desinforma o leitor ao contestar a inocência de Lula e ao dizer que o candidato e o PT não trabalharam pelo *impeachment* do ex-presidente Jair Bolsonaro. Encontrar a presença de desinformação ou informações difíceis de checar em seis editoriais, o que corresponde a 10,3% do *corpus* analisado, mostra que a imagem de Lula no *Estadão* foi constituída também com aspectos de desinformação.

No âmbito do Direito, com a anulação dos processos da Operação Lava Jato a situação de Lula voltaria à estaca zero, ou seja, ele passa a ser considerado inocente. Se o *Estadão* contesta a inocência de Lula, logo não o considera inocente, mas sim culpado nos processos anulados. Para o jornal, Lula permanece como um criminoso, independente se juridicamente falando, a opinião do periódico não valha de nada.

Uma dúvida se aplica quando o jornal afirma que a intenção do candidato do PT de regular a mídia fazia parte de seus “devaneios censórios”. Discutimos que o objetivo da regulação da mídia é tornar o ecossistema comunicacional mais democrático, e também tentar mitigar a propagação de desinformação. No entanto, o *Estadão* deixa subentendido que essa não seria a intenção de Lula, mas sim cumprir seus “devaneios censórios”.

Quando encontramos desinformação na imagem constituída sobre Lula, notamos que o *Estadão* rompe com a deontologia do jornalismo ao não ter a verdade como um norte, conforme afirma Gauthier (2015). Para o pesquisador, mesmo nos gêneros opinativos, a verdade é primordial, independente da liberdade discursiva em comparação com outros formatos. Ao veicular afirmações de difícil checagem ou meias-verdades, princípios éticos também são descumpridos, pois o jornalismo tem o dever de informar corretamente o seu leitor. Mesmo conteúdos opinativos devem ser nutridos por informações fundamentadas na verdade factual, fatos verificáveis ou verificados pelo próprio jornal, sem, portanto, deixar

que o leitor faça interpretações a partir de fatos inverídicos ou realize ele próprio uma checagem.

Expostos os principais resultados dessa dissertação, podemos concluir que a imagem pública do candidato Luiz Inácio Lula da Silva foi constituída de maneira negativa e com a presença de desinformação pelos editoriais do jornal *O Estado de S. Paulo* durante as eleições de 2022. Nota-se uma insistência do jornal na equiparação com seu principal adversário – Jair Bolsonaro –, e na contestação do discurso social-democrata de Lula ao apresentar as relações do petista com líderes considerados autoritários pelo periódico. Os três principais atores relacionados a Lula – Jair Bolsonaro, Dilma Rousseff e Daniel Ortega – carregam uma imagem negativa que o jornal usa como artifício retórico para criticar o candidato do PT.

O passado mobilizado diz respeito aos erros cometidos por Lula e pelo PT. É interessante observar que, para o *Estadão*, Lula é indissociável de seu partido. Uma das hipóteses é que o surgimento político do ator é concomitante com a fundação do partido, além disso, Lula sempre foi visto pela opinião pública como o líder do PT. Os adjetivos empregados para representar ou qualificar Lula são predominantemente negativos e/ou irônicos; mesmo as qualificações consideradas positivas, quando analisado o contexto, têm uma conotação desfavorável.

A partir dos resultados apresentados, interpretamos que este estudo contribui para o avanço dos estudos sobre editoriais e sobre a imagem pública de atores constituída a partir deste gênero jornalístico. A identificação de desinformação contribui para pensarmos sobre os limites da opinião não somente no jornalismo, mas no ecossistema comunicativo como um todo, principalmente quando essa desinformação parte de um dos maiores jornais do Brasil em um período eleitoral, crucial nas democracias representativas.

As discussões também nos fazem refletir sobre o papel do editorial na esfera pública. Qual a relevância deste gênero para o debate político atual, permeado por inúmeros atores em diversos canais de comunicação como as redes sociais, por exemplo? Na teoria da esfera pública habermasiana, vimos que a discutibilidade é o eixo mais importante no que tange à deliberação e qualidade da opinião pública. No entanto, para o editorial o mais importante não é a discussão pública, mas a visibilidade pública; como se trata de uma opinião publicada, o objetivo é a adesão popular de um discurso associado às elites econômicas do país, às quais esses veículos estão inseridos (Melo, 2003; Azevedo, 2006; Gomes, 2008).

Acreditamos que o estudo traz também uma contribuição metodológica para as pesquisas em jornalismo. A dissertação adota um modelo de análise que pode ser replicado em outras investigações sobre imagem pública, acrescentando também a desinformação como

uma categoria analítica, aspecto até então não explorado em pesquisas sobre editoriais de veículos *mainstream*.

Como toda pesquisa, esta também possui limitações. Uma delas é a redução da investigação da imagem pública de Lula somente a um veículo. Ao mesmo tempo que esse é um aspecto que nos dá a possibilidade de analisar com mais precisão os editoriais, também é um elemento que retira a possibilidade de comparação com outros jornais.

Essas limitações abrem possibilidades para outras pesquisas. Uma delas seria a replicação do modelo de análise, com o objetivo de testar a confiabilidade e sustentação da metodologia (Sampaio; Lycarião, 2021). A comparação da imagem de Lula com a de outros atores, como Bolsonaro, por exemplo, é uma possibilidade de pesquisa. O acréscimo de editoriais de outros jornais *mainstream*, ou a comparação de veículos hegemônicos e independentes a respeito da imagem de Lula também seria um caminho possível. A identificação de desinformação em conteúdos opinativos também pode ser refinada a partir da metodologia aqui proposta, que pode resultar no desenvolvimento de um método para investigar desinformação em gêneros jornalísticos de opinião.

A continuação desta pesquisa também pode ser um outro caminho. A análise dos editoriais do *Estadão* sobre o terceiro governo Lula pode servir para contrastar com os resultados desta pesquisa, ou com outras que observaram os governos do PT, a fim de identificar similaridades e diferenças entre as coberturas.

7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBUQUERQUE, Afonso de. **A modernização autoritária do jornalismo no Brasil**. Curitiba: Appris, 2022.

ALBUQUERQUE, Afonso de. Um outro "Quarto Poder": imprensa e compromisso político no Brasil. **Contracampo**, [s. l], n. 4, p. 23-57, 2000. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/contracampo/article/view/17299>. Acesso em: 08 out. 2024.

ALDÉ, Alessandra; MENDES, Gabriel; FIGUEIREDO, Marcus. Tomando partido: imprensa e eleições presidenciais em 2006. **Política e Sociedade**, [s. l], v. 6, n. 10, p. 153-172, 2007. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/politica/article/view/1688>. Acesso em: 11 mar. 2025.

ANDERSON, Benedict. **Comunidades imaginadas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

ALECRIM, Mylena Souza. **"O fim de todos os males": o debate editorial do impeachment de Dilma Rousseff nos jornais O Estado de S. Paulo e Folha de S. Paulo**. 2020. 200 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Ciências Sociais, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2020. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/handle/ri/32529?locale=es>. Acesso em: 07 out. 2024.

ALFINO, Luiz Carlos dos P. Serpa. A imprensa oficial e a realidade construída: uma análise discursiva do Jornal do Commercio no estopim do movimento tenentista. **Revista Brasileira de História da Mídia**, [s. l], v. 3, n. 2, p. 163-170, 2014. Disponível em: <https://revistas.ufpi.br/index.php/rbhm/article/view/4144>. Acesso em: 07 out. 2024.

ALISON, Murilo Brum; BRAGA, Sérgio; SAMPAIO, Rafael Cardoso. Haddad é Lula! Lula é Haddad! Uma análise da construção da imagem de Haddad no Instagram nas eleições de 2018. **Teoria & Pesquisa**, [s. l], v. 30, n. 2, p. 2-44, 2021. Disponível em: <https://www.teoriaepesquisa.ufscar.br/index.php/tp/article/view/915>. Acesso em: 24 mar. 2025.

ALMENDAGNA, Isadora; OLIVEIRA, Fabrício; LEITE, Deivit. O Comunismo, a Esquerda e a Família na Folha Universal no ano eleitoral de 2022. **Sacrilegens**, [s. l], v. 20, n. 1, p. 138-166, 2023. Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/sacrilegens/article/view/40767>. Acesso em: 07 out. 2024.

ARAÚJO, Aline Louise Q. de. Contratos de comunicação entre discursos midiático e propagandista em editoriais maranhenses. **Comunicologia**, [s. l], v. 11, n. 1, p. 138-152, 2018. Disponível em: <https://portalrevistas.ucb.br/index.php/RCEUCB/article/view/9591>. Acesso em: 07 out. 2024.

ARAÚJO, Bruno Bernardo de; CAMPOS, Fernanda Safira Soares. O Neoliberalismo nos Editoriais o Discurso de O Globo e O Estado de S. Paulo sobre a Previdência Social brasileira. **Estudios Sobre El Mensaje Periodístico**, [s. l], n. 26, p. 1023-1034, 2021. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8192310>. Acesso em: 07 out. 2024.

ARAÚJO, Bruno; CAMPOS, Fernanda Safira Soares. Populismo Autoritário e Meio Ambiente no Brasil Enquadramentos do discurso antiambiental de Jair Bolsonaro em editoriais nacionais e internacionais. **Media & Jornalismo**, [s. l], v. 22, n. 40, p. 141-159, 2022. Disponível em: <https://impactum-journals.uc.pt/mj/article/view/10273>. Acesso em: 17 set. 2024.

ATHANÁSIO, Ester. Jogo de imagens na página 2: estudo preliminar da Lava Jato nos editoriais da Gazeta do Povo. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 14., 2016, Palhoça. **Anais eletrônicos**. Campinas: Galoá, 2016. p. 1-16. Disponível em: <https://proceedings.science/sbpjor-2016/trabalhos/jogo-de-imagens-na-pagina-2-estudo-preliminar-da-lava-jato-nos-editoriais-da-gaz?lang=pt-br#>. Acesso em: 18 set. 2024.

ALVES, Jose Maia. **Marcas de subjetividade em editoriais**: uma perspectiva benvenistiana de análise. 2020. 168 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Letras e Cultura, Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2020. Disponível em: <https://repositorio.ucs.br/xmlui/handle/11338/6704>. Acesso em: 07 out. 2024.

AZEVEDO, Fernando Antônio. A imprensa brasileira e o PT: um balanço das coberturas das eleições presidenciais (1989-2006). **Eco-Pós**, [s. l], v. 12, n. 3, p. 48-65, 2009. Disponível em: https://ecopos.emnuvens.com.br/eco_pos/article/view/931. Acesso em: 11 mar. 2025.

AZEVEDO, Fernando Antônio. PT, eleições e editoriais da grande imprensa (1989-2014). **Opinião Pública**, Campinas, v. 24, n. 2, p. 270-290, 2018. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/op/a/PTV4DpLGR7N88fgzK8StMN/abstract/?lang=pt#>. Acesso em: 12 set. 2024.

BARACHO, Luis Fernando *et al.* A política externa brasileira a partir da imprensa: um estudo exploratório sobre o enquadramento dos principais jornais brasileiros. **Revista de Sociologia e Política**, [s. l], v. 31, p. 1-23, 2023. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rsocp/a/4588f3WTWrp4BzL5FkK3Tmt/#>. Acesso em: 07 out. 2024.

BARBOSA, Marialva. **História Cultural da Imprensa**: Brasil 1800-1900. Rio de Janeiro: Mauad X, 2010.

BARROS, Antonio Teixeira de. A visão de jornalistas brasileiros sobre o potencial de influência dos editoriais políticos no debate público atual. **Obs***, [s. l], v. 12, n. 2, p. 214-240, 2018. Disponível em: <https://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/1204>. Acesso em: 07 out. 2024.

BARROS, José D'Assunção. Duas ordens de discursos trazidas pelos jornais: a informação e a opinião. In: BARROS, José D'Assunção. **O jornal como fonte histórica**. Petrópolis: Vozes, 2023. p. 61-73.

BATISTA, Cicélia Pincer; BARBOSA, Jackson da Silva. O editorial que deflagrou a cobertura do caso Vaza Jato: critérios de noticiabilidade acionados pelo site The Intercept Brasi. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 43., 2020, Evento Remoto. **Anais eletrônicos**. São Paulo: Intercom, 2020. p. 1-15. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2020/resumos/R15-1506-1.pdf>. Acesso em: 07 out. 2024.

BAUER, Martin W.. Análise de conteúdo clássica: uma revisão. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2008. p. 189-217.

BAVARESCO, Marcionize Elis. **A legitimidade social do jornalismo**: intersecções entre teorias do jornalismo e teorias democráticas. 2023. 311 f. Tese (Doutorado) - Curso de Jornalismo, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2023. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/264833>. Acesso em: 15 jul. 2025.

BENNETT, W. Lance; LIVINGSTON, Steven. The disinformation order: disruptive communication and the decline of democratic institutions. **European Journal Of Communication**, [s. l], v. 33, n. 2, p. 122-139, 2018. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0267323118760317>. Acesso em: 09 dez. 2024.

BERTOLI, Jessica Maria; MAFRA, Luiz Antonio Staub. Ressurge a Democracia? A influência da mídia no processo político brasileiro. **Desenvolvimento Socioeconômico em Debate**, [s. l], v. 8, n. 1, p. 25-44, 2022. Disponível em: <https://periodicos.unesc.net/ojs/index.php/RDSD/article/view/7312>. Acesso em: 07 out. 2024.

BIROLI, Flávia; MIGUEL, Luis Felipe. Orgulho e preconceito: a "objetividade" como mediadora entre o jornalismo e seu público. **Opinião Pública**, [s. l], v. 18, n. 1, p. 22-43, 2012. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/op/a/K4h97Ywr5vhRvz5q4LMxmzS/?lang=pt>. Acesso em: 25 abr. 2025.

BRAGA, José Luiz. A prática da pesquisa em comunicação - abordagem metodológica como tomada de decisões. **E-Compós**, [s. l], v. 14, n. 1, p. 1-33, 2011. Disponível em: <https://e-compos.org.br/e-compos/article/view/665>. Acesso em: 24 dez. 2024.

BRAGA, José Luiz. O que é comunicação?. **Libero**, [s. l], v. 19, n. 38, p. 15-20, 2016. Disponível em: <https://seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/article/view/794>. Acesso em: 24 dez. 2024.

BRUGNAGO, Fabrício; CHAIA, Vera. A nova polarização política nas eleições de 2014: radicalização ideológica da direita no mundo contemporâneo do Facebook. **Aurora**, [s. l], v. 7, n. 21, p. 99-129, 2014. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/aurora/article/view/22032>. Acesso em: 24 mar. 2025.

CALDAS, Júlia Klein. **Construção enunciativa**: a representação da imagem dos personagens do impeachment em editoriais do jornal O Globo. 2020. 119 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Linguística Aplicada, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2020. Disponível em: <https://repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/9190>. Acesso em: 07 out. 2024.

CAMARGO, Fabrício. **A participação da grande imprensa no processo de impeachment de Dilma Rousseff (2015 -2016)** – uma análise dos editoriais de O Estado de São Paulo. 2022. 103 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Interdisciplinar de Ciências Humanas, Universidade Federal da Fronteira do Sul, Chapecó, 2022. Disponível em: https://sucupira-legado.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id_trabalho=12366886. Acesso em: 07 out. 2024.

CAMPOS, Fernanda Safira Soares; ARAÚJO, Bruno. Enquadramentos da Reforma da Previdência: uma análise de editoriais dos jornais O Globo e O Estado de S. Paulo sobre a PEC 287. **Compolítica**, [s. l], v. 10, n. 1, p. 109-136, 2020. Disponível em: <https://revista.compolitica.org/index.php/revista/article/view/294/262>. Acesso em: 07 out. 2024.

CAMPOS, Fernanda Safira Soares. **Passando a boiada**: enquadramentos do governo antiambientalista de Jair Bolsonaro nos editoriais dos jornais Folha de S. Paulo e Estado de S. Paulo. 2023. 130 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Comunicação, Universidade Federal do Mato Grosso, Cuiabá, 2023. Disponível em: https://sucupira-legado.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id_trabalho=13859086. Acesso em: 07 out. 2024.

CAPELATO, Maria Helena; PRADO, Maria Lígia. **O Bravo Matutino**: imprensa e ideologia no jornal O Estado de S. Paulo. São Paulo: Alfa-Omega, 1980.

CASTILHO, Marcio de Souza. Os trabalhos de memória e o papel de O Globo no golpe de 1964. **Lumina**, [s. l], v. 8, n. 2, p. 1-16, 2014. Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/lumina/article/view/21148>. Acesso em: 07 out. 2024.

CESARINO, Letícia. **O mundo do avesso**: verdade e política na era digital. São Paulo: Ubu, 2022.

CESARINO, Letícia. Pós-verdade e a crise do sistema de peritos: uma explicação cibernética. **Ilha**, [s. l], v. 23, n. 1, p. 73-96, 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/ilha/article/view/75630>. Acesso em: 24 mar. 2025.

CHAVES, Mônica; BRAGA, Adriana. A pauta da desinformação: "fake news" e análise de categorizações de pertencimento na eleição presidencial brasileira em 2018. **Brazilian Journalism**

Research, v. 15, n. 3, p. 498-523, 2019. Disponível em: <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/1187>. Acesso em: 12 ago. 2024.

CHAPARRO, Manuel Carlos. **Sotaques d'aquém e d'além mar**: travessias para uma nova teoria de gêneros jornalísticos. São Paulo: Summus, 2008.

CHRISTOFOLETTI, Rogério. **A crise do jornalismo tem solução?** Barueri: Estação das Letras e Cores, 2019.

CHRISTOFOLETTI, Rogério; BECKER, Denise. Elementos para uma teoria da confiança e da credibilidade no jornalismo. In: CHRISTOFOLETTI, Rogério (org.). **Credibilidade jornalística**. Florianópolis: Insular, 2024. p. 15-42.

CHRISTOFOLETTI, Rogério *et al.* Crise de credibilidade no jornalismo: porque devemos questionar essa ideia. In: CHRISTOFOLETTI, Rogério (org.). **Credibilidade jornalística**. Florianópolis: Insular, 2024. p. 121-150.

COELHO, Cláudio Novaes Pinto. Os golpes de 1964 e 2016: poder, espetáculo, simulacro. **Rumores**, [s. l], v. 11, n. 22, p. 224-249, 2017. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/Rumores/article/view/133404>. Acesso em: 07 out. 2024.

CORDEIRO, Edwaldo Ribeiro. **As estratégias de argumentação e a construção do ethos em editoriais de Veja e de Carta Capital em um ano de eleições**. 2016. 225 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Letras, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2016. Disponível em: https://sucupira-legado.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id_trabalho=3627293. Acesso em: 07 out. 2024.

CORNU, Daniel. **Jornalismo e verdade**: para uma ética da informação. Lisboa: Instituto Piaget, 1999.

DIAS, André Bonsanto. “64- Brasil continua”: História, memória e as impressões da Folha de S. Paulo sobre o golpe militar de 1964. **Revista Brasileira de História da Mídia**, [s. l], v. 2, n. 1, p. 49-59, 2013. Disponível em: <https://revistas.ufpi.br/index.php/rbhm/article/view/3844>. Acesso em: 07 out. 2024.

DRUMMOND, Daniela Rocha; MANGINELLI, Francieli; FERES JUNIOR, João. A vitória e a posse de Lula nos editoriais do Brasil. In: COMPOLÍTICA, 10., 2023, Fortaleza. **Anais eletrônicos**. Rio de Janeiro: Compolítica, 2023. p. 1-21. Disponível em: http://compolitica.org/novo/wp-content/uploads/2023/05/GT09_drummond_manginelli_feres-Fabricio-Sachet.pdf. Acesso em: 18 set. 2024.

ELISEU, Thallyson Alves Ferreira. **O impeachment e Dilma Rousseff**: uma análise das representações sociais projetadas em editoriais do Jornal Folha de São Paulo. 2017. 122 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Letras, Universidade Federal de São João Del-Rei, São João Del-Rei, 2017. Disponível em: <https://ufsj.edu.br/porta2-repositorio/File/mestletras/DISSERTACAO%20Thallysson.pdf>. Acesso em: 07 out. 2024.

ESTEVÃO, Eliane Grazielle. **Eleições municipais 2016 em tempos de crise política e impeachment**: um estudo de textos opinativos e informativos do portal Folha de S. Paulo. 2018. 187 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2018. Disponível em: https://sucupira-legado.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id_trabalho=6314951. Acesso em: 07 out. 2024.

FERREIRA, Fabrício. Uma análise preliminar acerca do viés ideológico do projeto político da Folha de S. Paulo e d'O Globo em 1994. **Temporalidades**, [s. l], v. 10, n. 1, p. 295-319, 2018. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/temporalidades/article/view/5951>. Acesso em: 07 out. 2024.

FERREIRA, Vitória Peraça; CHRISTOFOLETTI, Rogério. COVID-19 e combate à desinformação: a experiência do Consórcio de Veículos de Imprensa no Brasil. **Cuadernos.Info**, [s. l], n. 57, p. 137-157, 2024. Disponível em: <https://cuadernos.info/index.php/cdi/article/view/62783/56767>. Acesso em: 09 dez. 2024.

FERREIRA, Túlio Sérgio Henriques; CUNHA, Ester Almeida Carneiro da. A política externa brasileira do governo Lula da Silva (2003-2010) nas páginas de CartaCapital e Veja: um estudo comparativo. **Intercom**, [s. l], v. 44, n. 1, p. 209-230, 2021. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/interc/a/DWjbPqYdYkrQkvwLKtYnMS/#>. Acesso em: 07 out. 2024.

FIGUEIREDO, Rubens; CERVellini, Sílvia. Contribuições para o conceito de opinião pública. **Opinião Pública**, Campinas, v. 3, n. 3, p. 171-185, 1995. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/op/article/view/8641001>. Acesso em: 20 dez. 2024.

FILipe-Ferreira, Petronílio; BOMFIM, Ivan. Sérgio Moro, a 'Terceira Via' e o Drops/Estadão: análise da cobertura sobre pré-campanha Presidencial de 2022. **Temática**, [s. l], v. 21, n. 1, p. 47-66, 2025. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/index.php/tematica/article/view/72595>. Acesso em: 24 mar. 2025.

FONTES, Giulia Sbaraini. **Populismo e autoridade jornalística**: uma análise de editoriais e notícias publicados durante a primeira metade do governo Bolsonaro. 2022. 296 f. Tese (Doutorado) - Curso de Ciência Política, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2022. Disponível em: <https://acervodigital.ufpr.br/xmlui/handle/1884/76368>. Acesso em: 07 out. 2024.

FRANÇA, Vera Veiga; LOPES, Suzana Cunha. Análise do acontecimento: possibilidades metodológicas. **Matrizes**, [s. l], v. 11, n. 3, p. 71-87, 2017. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=143054926005>. Acesso em: 26 nov. 2024.

FRANCISCO, Robson Leal. **1964 – o espectro que não veio**: Anticomunismo e ideologia nos editoriais dos jornais O Globo e O Estado de S. Paulo durante o governo João Goulart. 2014. 245 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de História, Universidade Salgado de Oliveira, Niterói, 2014. Disponível em: <https://ppghistoria.universo.edu.br/wp-content/uploads/2016/04/1964-%E2%80%93-O-ESPECTRO-QUE-N%C3%83O-VEIO-ANTICOMUNISMO-E-IDEOLOGIA-NOS-EDITORIAIS-DOS-JORNAIS-O-GLOBO-E-O-ESTADO-DE-S.-PAULO-DURANTE-O-GOVERNO-JO%C3%83O-GOULART..pd> f. Acesso em: 07 out. 2024.

FRANZONI, Sabrina; RIBEIRO, Daiane Bertasso; LISBOA, Silvia Saraiva de Macedo. A verdade no jornalismo: relações entre prática e discurso. **Verso e Reverso**, [s. l], v. 25, n. 58, p. 45-52, 2011. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Silvia-Lisboa/publication/315056920_A_verdade_no_jornalismo_relacoes_entre_pratica_e_discurso/links/5f11175a92851c1eff183147/A-verdade-no-jornalismo-relacoes-entre-pratica-e-discurso.pdf. Acesso em: 09 dez. 2024.

FREITAS, Thais Araujo de. **Representações sociais de pessoas com deficiência em notícias do portal G1**. 2021. 420 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Jornalismo, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2021. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/229194>. Acesso em: 24 mar. 2025.

GAUTHIER, Gilles. A Verdade: visada obrigatória ao jornalismo. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, [s. l], v. 12, n. 2, p. 204-215, 2015. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2015v12n2p204>. Acesso em: 09 dez. 2024.

GENRO FILHO, Adelmo. O jornalismo e a crise da objetividade burguesa. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, [s. l], v. 2, n. 1, p. 175-177, 2005. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/2095>. Acesso em: 25 abr. 2025.

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide**: para uma teoria marxista do jornalismo. 1987. 276 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Sociologia Política, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 1987. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/75390>. Acesso em: 15 jul. 2025.

GENTILI, Victor. O jornalismo brasileiro do AI-5 à distensão: “milagre econômico”, repressão e censura. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, [s. l], v. 1, n. 2, p. 87-99, 2004. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/download/2075/1817/6199>. Acesso em: 24 mar. 2025.

GIORDANI, Renatha Maria. **Jornalismo e eleições**: um estudo sobre as decisões julgadas pelo Tribunal Superior Eleitoral em 2022. 2023. 175 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Jornalismo, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2023. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/251517>. Acesso em: 09 dez. 2024.

GOLAN, Guy J; LUKITO, Josephine. The rise of the dragon? Framing China’s global leadership in elite American newspapers. **International Communication Gazette**, [s. l], v. 77, n. 8, p. 754-772, 2015. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1748048515601576>. Acesso em: 15 jul. 2025.

GOLDSTEIN, Ariel. O sucesso das “guerras culturais” na campanha 2018: Bolsonaro no Facebook e Instagram. **Inter-Legere**, [s. l], v. 2, n. 26, p. 1-18, 2019. Disponível em: <https://periodicos.ufrn.br/interlegere/article/view/20148>. Acesso em: 24 mar. 2025.

GOMES, Adriano Lopes. Mídia e revolução em Portugal: discurso e poder no boletim “movimento” (1974-1975). **Revista Brasileira de História da Mídia**, [s. l], v. 8, n. 2, p. 120-135, 2019. Disponível em: <https://ojs.ufpi.br/index.php/rbhm/article/view/7150>. Acesso em: 07 out. 2024.

GOMES, Wilson. **A imagem política na esfera pública**. São Paulo: Ideias e Letras, 2025.

GOMES, Wilson da Silva; DOURADO, Tatiana. Fake news, um fenômeno de comunicação política entre jornalismo, política e democracia. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, [s. l], v. 16, n. 2, p. 33-45, 2019. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2019v16n2p33>. Acesso em: 09 dez. 2024.

GOMES, Wilson. Esfera pública política. In: GOMES, Wilson; MAIA, Rousiley C. M.. **Comunicação e democracia**: Problemas e perspectivas. São Paulo: Paulus, 2008. p. 29-162.

GOMES, Wilson. **Jornalismo, fatos e interesses: ensaios de teoria do jornalismo**. Florianópolis: Insular, 2009.

GOMES, Wilson. **Transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004.

GRIGNOLIO, Andrea; MORELLI, Micaela; TAMIETTO, Marco. Why is fake news so fascinating to the brain? **European Journal Of Neuroscience**, [S. l.], v. 56, n. 11, p. 5967-5971, 2022. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/ejn.15844>. Acesso em: 15 jul. 2024.

GUARNIERI, Dayane Cristina. A perspectiva do Jornal do Brasil sobre processo de configuração da Constituição de 1967. **Angelus Novus**, [s. l.], n. 11, p. 71-94, 2016. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/ran/article/view/99096>. Acesso em: 07 out. 2024.

GUAZINA, Liziane Soares; PRIOR, Helder; ARAÚJO, Bruno. Enquadramentos de uma crise: o impeachment de Dilma Rousseff em editoriais nacionais e internacionais. In: COMPOLÍTICA, 7., 2017, Porto Alegre. **Anais eletrônicos**. Rio de Janeiro: Compolítica, 2017. p. 1-25. Disponível em: http://compolitica.org/novo/anais/2017_GUAZINA_PRIOR_ARAUJO.pdf. Acesso em: 18 set. 2024.

GUERRA, Laura Ferreira. **Da deposição de João Goulart ao impeachment de Dilma Rousseff**: um estudo comparativo de editoriais dos jornais Folha de S. Paulo e O Globo. 2018. 158 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2018. Disponível em: <https://repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/6894>. Acesso em: 07 out. 2024.

GUERREIRO NETO, Guilherme. Da opinião à identidade Características do editorial em dois jornais brasileiros. **Sur Le Journalisme**, [s. l.], v. 5, n. 2, p. 92-105, 2016. Disponível em: <https://revue.surlejournalisme.com/sl/article/view/176>. Acesso em: 29 abr. 2025.

GUILHERME, Cássio Augusto. O ESTADÃO CONTRA A POLÍTICA ECONÔMICA DE DILMA ROUSSEFF (2011-2015). **Outros Tempos**, [s. l.], v. 20, n. 35, p. 72-101, 2023. Disponível em: https://www.outrostempos.uema.br/index.php/outros_tempos_uema/article/view/1028. Acesso em: 07 out. 2024.

HABERMAS, Jürgen. **Facticidade e validade**: Contribuições para uma teoria discursiva do direito e da democracia. São Paulo: Editora Unesp, 2021.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública**. São Paulo: Editora Unesp, 2014.

HABERMAS, Jürgen. **Uma nova mudança estrutural da esfera pública e a política deliberativa**. São Paulo: Editora Unesp, 2023.

HALL, Stuart. **Cultura e representação**. Rio de Janeiro: Editora PUC-Rio, 2016.

HAN, Byung-Chul. **Infocracia**: digitalização e crise da democracia. Petrópolis: Vozes, 2022.

HERSCOVITZ, Heloiza Golbspan. Análise de conteúdo em jornalismo. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia. **Metodologia de Pesquisa em Jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007. p. 123-142.

KNISS, Andressa Buttore; COMEL, Naiza; MARQUES, Francisco Paulo Jamil. Checagem de Fatos e Autoridade Jornalística no Brasil: Uma Análise do Fato ou Fake e do Estadão Verifica. **Comunicação e Sociedade**, [s. l.], v. 46, p. 1-20, 2024. Disponível em: <https://revistacomsoc.pt/index.php/revistacomsoc/article/view/5665>. Acesso em: 22 mar. 2025.

LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia (org.). **Metodologia de Pesquisa em Jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007.

LASWELL, Harold D.. **Propaganda Technique in the World War**. New York: University Of Michigan, 1938. Disponível em: https://ia802904.us.archive.org/7/items/PropagandaTechniqueInTheWorldWarHaroldLasswell/Propaganda%20Technique%20In%20the%20World%20War%20-%20Harold%20Lasswell_text.pdf. Acesso em: 15 jul. 2025.

LIMA, Elizabeth Christina de Andrade. Misoginia e estereótipos de gênero na construção da imagem pública de Dilma Rousseff. **Vivência**, [s. l], v. 1, n. 56, p. 252-278, 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufrn.br/vivencia/article/view/23688>. Acesso em: 28 nov. 2024.

LIMA, Laura Antônio. **A construção das imagens públicas de Dilma Rousseff e Michel Temer durante o impeachment de 2016**. 2018. 117 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Comunicação Social, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2018.

LIMA, Leandro Almeida. **Impasses do MERCOSUL na imprensa: discursos editoriais e a política externa brasileira para a Venezuela no bloco**. 2018. 138 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Ciência Política, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018. Disponível em: <https://teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8131/tde-07122018-104641/pt-br.php>. Acesso em: 07 out. 2024.

LOCATELLI, Carlos Augusto. **Comunicação e barragens: O poder da comunicação das organizações e da mídia na implantação da Usina Hidrelétrica Foz do Chapecó**. 2011. 423 f. Tese (Doutorado) - Curso de Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/37464>. Acesso em: 17 out. 2024.

LUNA, Luísa; MAIA, Rousiley. A construção da imagem pública e a disputa de sentidos na mídia: Lula em dois momentos. **Media & Jornalismo**, [s. l], n. 7, p. 95-124, 2005. Disponível em: <https://fabricadesites.fcsh.unl.pt/polocicdigital/wp-content/uploads/sites/8/2017/03/n7-05-Luna-Maia.pdf>. Acesso em: 28 nov. 2024.

MAIA, Lídia Raquel Herculano; SPANIOL, Bruna Paiani Nasser; KLEIN, Eloísa Joseane da Cunha. Populismo digital e autenticidade fabricada na campanha de Jair Bolsonaro no Instagram. **Liinc em Revista**, [s. l], v. 18, n. 2, p. 1-20, 2022. Disponível em: <https://revista.ibict.br/liinc/article/view/6055>. Acesso em: 24 mar. 2025.

MAIA, Rousiley C. M.. **Mídia e Deliberação**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2008.

MARINHO, Maiara dos Santos. **Mídia, Neoliberalismo e Ideologia: a reforma trabalhista nos editoriais de o Estado de São Paulo, O Globo e Folha de São Paulo**. 2019. 183 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2019. Disponível em: https://sucupira-legado.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id_trabalho=7962209. Acesso em: 07 out. 2024.

MAROS, Angieli Fabrizia. **Nuestra America? uma análise do processo de acordo de paz entre as Farc e o governo da Colômbia a partir dos editoriais da Folha de S. Paulo e O Globo**. 2019. 140 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Comunicação, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2019. Disponível em: <https://acervodigital.ufpr.br/handle/1884/65540>. Acesso em: 07 out. 2024.

MARQUES, Francisco Paulo Jamil *et al.* A atuação do jornalismo editorial no escândalo JBS: uma análise comparativa sobre os jornais Folha de S. Paulo e O Estado de S. Paulo. **Revista Brasileira de Ciência Política**, [s. l], n. 33, p. 1-39, 2020. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbcpol/a/QGvqYCT9pKcg4FgwnbcHkYj/#>. Acesso em: 07 out. 2024.

MARQUES, Francisco Paulo Jamil *et al.* Escândalo político e jornalismo editorial: o caso dos áudios da JBS nos editoriais de Folha de S. Paulo e O Estado de S. Paulo. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 16., 2018, São Paulo. **Anais eletrônicos**. Campinas: Galoá, 2018. p. 1-19. Disponível em:

<https://proceedings.science/sbpjor-2018/trabalhos/escandalo-politico-e-jornalismo-editorial-o-caso-dos-audios-da-jbs-nos-editoriais?lang=pt-br>. Acesso em: 07 out. 2024.

MARQUES, Francisco Paulo Jamil *et al.* “Fake News” and Journalistic Authority in Newspaper Editorials. **Journalism Studies**, [s. l.], v. 24, n. 8, p. 1087-1110, 2023. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1461670X.2023.2214941>. Acesso em: 22 mar. 2025.

MARQUES, Francisco Paulo Jamil *et al.* SIMILAR, BUT NOT THE SAME: Comparing Editorial and News Agendas in Brazilian Newspapers. **Journalism Practice**, [S. l.], v. 14, n. 9, p. 1-21, 2019. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/17512786.2019.1684833?scroll=top&needAccess=true>. Acesso em: 12 jan. 2024.

MARQUES, Francisco Paulo Jamil Almeida; MONT'ALVERNE, Camila. A opinião da empresa no Jornalismo brasileiro: um estudo sobre a função e a influência política dos editoriais. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, [S. l.], v. 12, n. 1, p. 121-137, 2015. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2015v12n1p121>. Acesso em: 11 mar. 2024.

MARQUES, Francisco Paulo Jamil; MONT'ALVERNE, Camila. Conflitos, barganhas e desprezo pelo interesse público: enquadramentos do congresso nacional em editoriais da Folha de S. Paulo. **Famecos**, [s. l.], v. 26, n. 1, p. 1-29, 2019. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/revistafamecos/article/view/30158>. Acesso em: 07 out. 2024.

MARQUES, Francisco Paulo Jamil; MONT'ALVERNE, Camila; MITOZO, Isabele Batista. A empresa jornalística como ator político: Um estudo quanti-qualitativo sobre o impeachment de Dilma Rousseff nos editoriais de Folha e Estadão. **Observatório**, [s. l.], v. 12, n. 3, p. 224-245, 2018. Disponível em: <https://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/1166>. Acesso em: 17 set. 2024.

MARQUES, Francisco Paulo Jamil; MONT'ALVERNE, Camila; MITOZO, Isabele. O impeachment de Dilma Rousseff nos editoriais de folha e estadão: Um estudo quanti-qualitativo sobre o posicionamento político dos jornais. In: ENCONTRO DA COMPÓS, 26., 2017, São Paulo. **Anais eletrônicos**. Campinas: Galoá, 2017. p. 1-27.

MARTINO, Luis Mauro Sá; MARQUES, Ângela Cristina Salgueiro. O conceito de opinião pública na teoria da comunicação: genealogias e modos de abordagem. **Organicom**, [s. l.], v. 17, n. 33, p. 64-81, 2020. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/349209518_O_conceito_de_opinio_publica_na_teor_da_comunicacao_genealogias_e_modos_de_abordagem. Acesso em: 20 dez. 2024.

MASSUCHIN, Michele Goulart *et al.* A estrutura argumentativa do descrédito na ciência: uma análise de mensagens de grupos bolsonaristas de WhatsApp na pandemia da covid-19. **Fronteiras**, [s. l.], v. 23, n. 2, p. 160-174, 2021. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Viktor-Chagas/publication/355158756_A_estrutura_argumentativa_do_descredito_na_ciencia_uma_analise_de_mensagens_de_grupos_bolsonaristas_de_Whatsapp_na_pandemia_da_COVID-19/links/6160a494e7993f536ca97297/A-estrutura-argumentativa-do-descredito-na-ciencia-uma-analise-de-mensagens-de-grupos-bolsonaristas-de-Whatsapp-na-pandemia-da-COVID-19.pdf?origin=journalDetail&_tp=eyJwYWdlIjoiam91cm5hbERldGFpbCJ9. Acesso em: 15 jul. 2025.

MATOS, Ester Pepes Athanásio de. **A Corrupção política na opinião da empresa jornalística**: um estudo dos editoriais da Folha de S. Paulo de 1990 a 2016. 214 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Comunicação, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2017. Disponível em: <https://acervodigital.ufpr.br/handle/1884/57489>. Acesso em: 07 out. 2024.

Journal Of Latin American And Caribbean Studies, [s. l.], v. 43, n. 3, p. 417-441, 2018. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/08263663.2018.1514099>. Acesso em: 07 out. 2024.

MONT'ALVERNE, Camila; MARQUES, Francisco Paulo Jamil. What makes an issue relevant to newspaper editorials. **Brazilian Journalism Research**, Brasília - DF, v. 18, n. 1, p. 122-151, 2022. Disponível em: <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/1475>. Acesso em: 21 nov. 2023.

MORAES, Fabiana. Ativismo, isenção e subjetividade: sobre um jornalismo que ainda não ousa dizer os nomes. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 17., 2019, Goiânia. **Anais [...]**. Campinas: Galoá, 2019. p. 1-15. Disponível em: <https://proceedings.science/encontros-sbpjor/sbpjor-2019/trabalhos/mesa-renami-jornalismo-narrativas-e-discursos-em-disputa?lang=pt-br>. Acesso em: 29 abr. 2025.

MORAIS, Fernando. **Lula, volume 1: Biografia**. São Paulo: Companhia das Letras, 2021.

MORETZSOHN, Sylvia Debossan. O joio, o trigo, os filtros e as bolhas: uma discussão sobre fake news, jornalismo, credibilidade e afetos no tempo das redes. **Brazilian Journalism Research**, Brasília, v. 15, n. 3, p. 574-597, 2019. Disponível em: <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/1188>. Acesso em: 18 jul. 2024.

MORETZSOHN, Sylvia. **Pensando contra os fatos: jornalismo e cotidiano: do senso comum ao senso crítico**. Rio de Janeiro: Revan, 2007.

MORITZ, Maria Lúcia; RITA, Mayara Bacelar. Mídia Impressa e Gênero na construção do impeachment de Dilma Rousseff. **Intercom**, São Paulo, v. 43, n. 2, p. 203-223, 2020. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/interc/a/GqKkzKJdfWrGrMdhY8LBHBK/abstract/?lang=pt#>. Acesso em: 14 set. 2024.

MOTTA, Rodrigo Patto Sá. A ditadura nas representações verbais e visuais da grande imprensa: 1964-1969. **Topoi**, [s. l.], v. 14, n. 26, p. 62-85, 2013. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/topoi/a/szkYRxbMSbvn5SCrHrd7MsL/#>. Acesso em: 07 out. 2024.

NAPOLITANO, Marcos. A imprensa e a construção da memória do regime militar brasileiro (1965-1985). **Estudos Ibero-Americanos**, [s. l.], v. 43, n. 2, p. 346-366, 2017. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/iberoamericana/article/view/24766>. Acesso em: 07 out. 2024.

NAVA, Mariane. **A Imagem de Lula construída pelos editoriais do jornal O Estado de S.Paulo**. 2017. 165 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Comunicação, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2017. Disponível em: <https://acervodigital.ufpr.br/xmlui/handle/1884/57508>. Acesso em: 07 out. 2024.

NAVA, Mariane; MARQUES, Francisco Paulo Jamil. From “Leftist” To “President”: Journalism and Editorial Coverage of Brazil’s Lula in Five Elections. **Journalism Practice**, [s. l.], v. 13, n. 10, p. 1200-1221, 2019. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/17512786.2019.1587640>. Acesso em: 23 set. 2024.

NUNES, Glivia Guimarães; CABRAL, Sara Regina Scotta. O Estadão e a Presidente: o editorial como locus de avaliação. **Delta**, [s. l.], v. 34, n. 1, p. 149-180, 2018. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/delta/a/ZknVJdGnbH6HFBtWr7dww8G/abstract/?lang=pt#>. Acesso em: 12 set. 2024.

NUNES, Glivia Guimarães. **O Estadão e a Presidente: O Editorial como Estratégia de Avaliação**. 2014. 159 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Letras, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2014. Disponível em:

<https://www.ufsm.br/app/uploads/sites/772/2020/01/NUNES-GLIVIA-GUIMARAES.pdf>. Acesso em: 07 out. 2024.

OLIVEIRA, Ana Karina; MENDES, André. Entre vaias, polêmicas e perdas: enquadramentos da imagem pública de Neymar Jr. na retrospectiva 2019 d'O Estado de São Paulo on-line. **Mediapolis**, [s. l], n. 15, p. 111-125, 2022. Disponível em: <https://impactum-journals.uc.pt/mediapolis/article/view/10568>. Acesso em: 28 nov. 2024.

OLIVEIRA, Fábio Augusto Alves de. Sobre escolhas difíceis: uma análise dialógica da política brasileira em editoriais. **Estudos Linguísticos**, [s. l], v. 51, n. 2, p. 732-747, 2022. Disponível em: <https://revistas.gel.org.br/estudos-linguisticos/article/view/3193>. Acesso em: 07 out. 2024.

OLIVEIRA, Fabrício Roberto Costa; MARTINS, Cáo César Nogueira. O discurso eleitoral da Igreja Universal do Reino de Deus e a ascensão de Bolsonaro. **Plural**, [s. l], v. 28, n. 1, p. 237-258, 2021. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/plural/article/view/176735>. Acesso em: 07 out. 2024.

OLIVEIRA, Hebe Maria Gonçalves de. Editoriais sob a ótica do framing: enquadramentos sobre o 1º ano do Governo Bolsonaro pelos jornais de dois principais conglomerados de mídia brasileira – O Estado de S. Paulo e Folha de S. Paulo. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 19., 2021, Evento Remoto. **Anais eletrônicos**. Campinas: Galoá, 2021. p. 1-16. Disponível em: <https://proceedings.science/encontros-sbpjor/sbpjor-2021/trabalhos/editoriais-sob-a-otica-do-framing-e-nquadramentos-sobre-o-1o-ano-do-governo-bolso?lang=pt-br>. Acesso em: 07 out. 2024.

OLIVEIRA, Lucas Augusto Ferreira. A mídia nas rédeas do capital: a dicotomia regulação-censura sob a perspectiva democrática habermasiana. **Paradoxos**, [s. l], v. 8, n. 2, p. 1-18, 2023. Disponível em: <https://seer.ufu.br/index.php/paradoxos/article/download/71389/38436/333829>

OLIVEIRA, Merilyn Escobar de. **A construção do discurso sobre a reforma política nos editoriais dos jornais Folha de S. Paulo e o Estado de S. Paulo durante os governos Lula I e II (2003-2010)**. 2017. 151 f. Tese (Doutorado) - Curso de Ciências Sociais, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2017. Disponível em: <https://tede.pucsp.br/handle/handle/20787>. Acesso em: 07 out. 2024.

PANKE, Luciana; GONÇALVES, Ana Beatriz; BRITO, Lucas. É Lula de novo, com a força do povo? In: PANKE, Luciana; MESSAGI JÚNIOR, Mario. **Facetas de uma guerra brutal: eleições presidenciais de 2022**. Campina Grande: Eduerp, 2023. p. 42-55. Disponível em: https://www.academia.edu/108609471/Facet_de_uma_guerra_brutal. Acesso em: 09 dez. 2024.

PASSOS, Mariana Rezende dos; PIRES, Teresinha Maria de Carvalho Cruz. Narrativas políticas em disputa no Twitter: a (des) construção da imagem pública de Lula no contexto da crise política brasileira de 2016. **Intercom**, [s. l], v. 42, n. 3, p. 179-200, 2019. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/interc/a/jKQgcLSCtWN3PWjFsn43GS/?lang=pt#>. Acesso em: 28 nov. 2024.

PEREIRA, Ricardo Alves Chaves. As representações dos *quality papers* brasileiros sobre a visita de Maduro ao Brasil. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 21., 2023, Brasília. **Anais eletrônicos**. Campinas: Galoá, 2023. p. 1-15. Disponível em: <https://proceedings.science/encontros-sbpjor/sbpjor-2023/papers/as-representacoes-dos-quality-papers-brasileiros-sobre-a-visita-de-maduro-ao-bra?lang=en#>. Acesso em: 18 set. 2024.

PÉREZ, Carlos Rodríguez. No diga fake news, di desinformación: una revisión sobre el fenómeno de las noticias falsas y sus implicaciones. **Comunicación**, [s. l], n. 40, p. 65-74, 2019. Disponível em: <https://revistas.upb.edu.co/index.php/comunicacion/article/view/437>. Acesso em: 15 jul. 2025.

PESSOA, Camila Mont'Alverne Barreto de Paula. **Pródigo em decisões contra o interesse público: imagem pública, agendamento e enquadramento do Congresso Nacional nos editoriais dos Jornais o Estado de S. Paulo e Folha de S. Paulo**. 2016. 248 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Comunicação, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2016. Disponível em: <https://repositorio.ufc.br/handle/riufc/15119>. Acesso em: 07 out. 2024.

PIMENTEL, Pablo Silva; MARQUES, Francisco Paulo Jamil. Narrativas em disputa: os editoriais de *O Globo* e a desconstrução da ideia de “golpe” durante o impeachment de Dilma Rousseff. **Canadian Journal Of Latin American And Caribbean Studies**, [s. l], v. 46, n. 2, p. 276-296, 2021. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/08263663.2021.1912151>. Acesso em: 14 set. 2024.

PIMENTEL, Pablo Silva. **"Não vai mesmo ter golpe"**: um estudo sobre os editoriais de *O Globo* nos *impeachments* de Fernando Collor (1992) e Dilma Rousseff (2016). 2019. 227 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Ciência Política, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2019. Disponível em: <https://acervodigital.ufpr.br/handle/1884/65967>. Acesso em: 07 out. 2024.

PITA, Paulo Henrique Dantas. A desconstrução dos sem-terra na mídia impressa: os enquadramentos sobre o MST em editoriais do jornal O Estado de São Paulo (2001-2004). **Tomo**, [s. l], n. 41, p. 375-412, 2022. Disponível em: <https://periodicos.ufs.br/tomo/article/view/16193>. Acesso em: 14 out. 2024.

POZZI, Henrique Costa. **Golpe de 2016: uma análise a partir dos editoriais da FSP, O Globo e OESP**. 2019. 133 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Ciências Sociais, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2019. Disponível em: <https://tede.pucsp.br/handle/handle/22057>. Acesso em: 07 out. 2024.

QUESSADA, Miguel. O discurso por trás das fake news: uma análise da desinformação propagada contra o partido dos trabalhadores (pt). **Estudos de Sociologia**, [s. l], v. 28, n. 1, p. 1-24, 2023. Disponível em: <https://periodicos.fclar.unesp.br/estudos/article/view/17296>. Acesso em: 16 jul. 2025.

RAMALHO, Ítalo de Melo. **Os editoriais e a eleição presidencial de 2018 no Brasil**. 2020. 144 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Antropologia, Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2020. Disponível em: https://ri.ufs.br/bitstream/riufs/15151/2/ITALO_MELO_RAMALHO.pdf. Acesso em: 07 out. 2024.

REBOUÇAS, Hébely da Silva *et al.* Lula e Bolsonaro populistas? A visão de populismo dos jornais Folha de S. Paulo e O Estado de S. Paulo em alusão aos dois presidentes brasileiros. **Media & Jornalismo**, [s. l], v. 22, n. 40, p. 121-140, 2022. Disponível em: <https://impactum-journals.uc.pt/mj/article/view/10155>. Acesso em: 16 set. 2024.

REBOUÇAS, Hébely; PATRÍCIO, Edgard. Interesse público versus interesses corporativos: disputas entre Folha de S. Paulo e governo Bolsonaro em editoriais sobre a Covid-19. **Lumina**, [s. l], v. 16, n. 2, p. 77-95, 2022. Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/lumina/article/view/35753>. Acesso em: 07 out. 2024.

REBOUÇAS, Thiago Brito. **O impeachment de Dilma Rousseff: ordem e disciplina nos editoriais dos jornais Folha de S. Paulo e O Estado de S. Paulo**. 2020. 107 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Comunicação e Semiótica, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2020. Disponível em: <https://tede2.pucsp.br/handle/handle/22968>. Acesso em: 07 out. 2024.

RECUERO, Raquel. **A rede de desinformação: sistemas, estruturas e dinâmicas nas plataformas de mídias sociais**. Porto Alegre: Sulina, 2025. Livro eletrônico.

RIBEIRO, Tatiane Silva. **Operadores argumentativos como construtores de sentido em editoriais de O Globo**. 2013. 112 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Letras, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2013. Disponível em: <https://www.bdt.uerj.br:8443/handle/1/6600>. Acesso em: 07 out. 2024.

ROCHA, Flávia Ferreira da Silva. **A imprensa e a construção do discurso da ditadura civil-militar brasileira de 1964**: um estudo sistêmico-funcional. 2018. 249 f. Tese (Doutorado) - Curso de Letras, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2018. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/32764>. Acesso em: 07 out. 2024.

RODRIGUES, Juliano Oliveira. **Editorial jornalístico**: uma análise do mandato de Eduardo Cunha à frente da Presidência da Câmara sob a ótica de três jornais brasileiros. 2017. 142 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2017. Disponível em: <https://repositorio.pucrs.br/dspace/handle/10923/11663>. Acesso em: 07 out. 2024.

ROSSATTI, João Paulo. O espaço neoliberal: uma análise do discurso dos editoriais da revista Veja (1985-1989). **Esboços**, [s. l], v. 24, n. 38, p. 431-448, 2017. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/esbocos/article/view/2175-7976.2017v24n38p431>. Acesso em: 07 out. 2024.

SALES, Liliane Aparecida Marquardt. **Os editoriais do jornal O Paraná**: análise sobre as relações discursivas e política partidária. 2015. 116 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Ciências Sociais, Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Toledo, 2015. Disponível em: <https://tede.unioeste.br/handle/tede/2027?mode=simple>. Acesso em: 07 out. 2024.

SALGADO, Tiago Santos. A Democracia defendida pela Folha de São Paulo e o governo Hugo Chávez (2002-2005). **Extraprensa**, [s. l], v. 7, n. 2, p. 75-84, 2014. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/extraprensa/article/view/EPX14-PM2>. Acesso em: 07 out. 2024.

SAMPAIO, Rafael Cardoso; LYCARIÃO, Diógenes. **Análise de conteúdo categorial**: manual de aplicação. Brasília: Enap, 2021. Disponível em: <https://repositorio.enap.gov.br/handle/1/6542>. Acesso em: 24 dez. 2024.

SANTAELLA, Lucia. **A pós-verdade é verdadeira ou falsa?** São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2018. Livro eletrônico.

SANTOS, Cynthia Adrielle da Silva; COSTA, Alessandra. Empresas e ditadura civil-militar brasileira: os editoriais do jornal Folha de S. Paulo em uma perspectiva histórica. **Cadernos Ebape.Br**, [s. l], v. 20, n. 5, p. 688-707, 2022. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/cebape/a/mCfGfJtnKsWjZCTmdmcJ7bh/#>. Acesso em: 07 out. 2024.

SANTOS, Elias dos. Afinal, o que é a polarização no discurso jornalístico? Uma busca sobre os sentidos nos editoriais de O Estado de S. Paulo. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 19., 2021, Evento Remoto. **Anais eletrônicos**. Campinas: Galoá, 2021. p. 1-16. Disponível em: <https://proceedings.science/encontros-sbpjor/sbpjor-2021/trabalhos/afinal-o-que-e-a-polarizacao-no-discurso-jornalistico-uma-busca-sobre-os-sentido?lang=pt-br>. Acesso em: 07 out. 2024.

SANTOS, Elias dos. **Construindo a polarização**: os sentidos sobre o Bolsonarismo e o Lulopetismo nos editoriais de O Estado de São Paulo. 2023. 155 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Jornalismo, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2023. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/254895>. Acesso em: 07 out. 2024.

SANTOS, Marcel de Fretas. **O processo persuasivo sobre o impeachment de Dilma Rousseff nos jornais Folha de São Paulo e The New York Times: um enfoque crítico da Linguística Sistemico-Funcional**. 2017. 67 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Linguística Aplicada e Estudos da Linguagem, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2017. Disponível em: <https://tede.pucsp.br/handle/handle/20664>. Acesso em: 07 out. 2024.

SAPARAS, Marcelo; IKEDA, Sumiko; PROFESSOR, Juciano Rocha. Governo pós-impeachment na mídia. **Odisséia**, [s. l.], v. 4, n. 2, p. 150-170, 2019. Disponível em: <https://periodicos.ufrn.br/odisseia/article/view/19176>. Acesso em: 07 out. 2024.

SCHUDSON, Michael. **Descobrimos a notícia**: Uma história social dos jornais nos Estados Unidos. Vozes: Petrópolis, 2010.

SCHUDSON, Michael. O modelo americano de jornalismo: exceção ou exemplo? **Comunidade Mobilidade**, [s. l.], n. 3, p. 115-130, 2007. Disponível em: <https://revistas.ucp.pt/index.php/comunicacaoecultura/article/view/442>. Acesso em: 09 dez. 2024.

SENA JÚNIOR, Carlos Zacarias de; MIGUEL, Luís Felipe; FILGUEIRAS, Luiz. O TERCEIRO GOVERNO LULA: limites e perspectivas. **Caderno Crh**, [s. l.], v. 36, p. 1-10, 2023. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ccrh/a/SbtzYk8xtPDcmSgpLC9LgN/?lang=pt&format=pdf>. Acesso em: 24 mar. 2025.

SILVA, Gislene *et al.* O desperdício do jornalismo opinativo na cobertura da posse de Jair Bolsonaro. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, [s. l.], v. 19, n. 1, p. 125-139, 2022. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/download/83386/51185>. Acesso em: 15 jul. 2025.

SILVA, Maria Terezinha da. **A constituição simbólica de um acontecimento**: Uma análise do processo de individualização do "Mensalão". 2011. 223 f. Tese (Doutorado) - Curso de Comunicação Social, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2011. Disponível em: https://repositorio.ufmg.br/bitstream/1843/BUOS-8VEKVG/1/tese___maria_terezinha_da_silva_ppgc_om_ufmg_co_tutela_univ_paris_ouest.pdf. Acesso em: 15 out. 2024.

SILVA, Regilberto Jose. **O discurso nos editoriais da Veja sobre Lula e o PT no episódio do Mensalão**. 2013. 264 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Letras, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2013. Disponível em: https://sucupira-legado.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id_trabalho=225222. Acesso em: 07 out. 2024.

SILVA, Renato Sordi Tolentino da. **O olhar estrangeiro do impeachment**: um estudo comparativo dos editoriais de seis jornais internacionais sobre a deposição de Dilma Rousseff. 2019. 178 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Comunicação, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2019. Disponível em: <https://acervodigital.ufpr.br/handle/1884/65573>. Acesso em: 07 out. 2024.

SILVA, Renato Sordi Tolentino da; SAMPAIO, Rafael Cardoso. O impeachment de Dilma Rousseff nos editoriais do jornal El País. **Ação Midiática**, Curitiba, n. 15, p. 81-99, 2018. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/acaomidiatica/article/view/58887>. Acesso em: 12 set. 2024.

SILVA, Tatiane da. **Estudo semiótico de editoriais da Proclamação da República**. 2019. 105 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Linguística e Língua Portuguesa, Universidade Estadual Paulista "Júlio Mesquita Filho", Araraquara, 2019. Disponível em: https://agendapos.fclar.unesp.br/agenda-pos/linguistica_lingua_portuguesa/5055.pdf. Acesso em: 07 out. 2024.

SILVA, Terezinha; SIMÕES, Paula Guimarães. A imagem pública de Sérgio Moro: Valores em disputa no contexto brasileiro. **Famecos**, [s. l.], v. 27, n. 1, p. 1-15, 2020. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/revistafamecos/article/view/37097>. Acesso em: 24 mar. 2025.

SIMÕES, Paula Guimarães; FERREIRA, Juliana da Silva. Acontecimento, celebridade e carisma: uma análise da imagem pública do Papa Francisco. **Comunicação Midiática**, [s. l.], v. 10, n. 1, p. 70-83, 2015. Disponível em: <https://www2.faac.unesp.br/comunicacaomidiatica/index.php/CM/article/view/158>. Acesso em: 28 nov. 2024.

SIMÕES, Paula Guimarães; SILVA, Terezinha. A linguagem fascista e a constituição da imagem pública: uma análise sobre Jair Bolsonaro. **Rumores**, [s. l.], v. 16, n. 31, p. 60-86, 2022. Disponível em: <https://repositorio.ufmg.br/handle/1843/60112>. Acesso em: 28 nov. 2024.

SOARES, Suzana Cerqueira; RODRIGUES, Marcelo Resende. Liberdade midiática: A regulação pode virar censura? **Revista do Curso de Direito da Uniabeu**, [s. l.], v. 10, n. 1, p. 183-186, 2018. Disponível em: <https://revista.uniabeu.edu.br/index.php/rcd/article/view/3367>. Acesso em: 24 mar. 2025.

SOUSA-SILVA, Mara Karina. Enquadramentos populistas nos editoriais dos jornais Folha, O Globo e O Estado de São Paulo. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 21., 2023, Brasília. **Anais eletrônicos**. Campinas: Galoá, 2023. p. 1-22. Disponível em: <https://proceedings.science/encontros-sbpjor/sbpjor-2023/trabalhos/enquadramentos-populistas-nos-editoriais-dos-jornais-folha-o-globo-e-o-estado-de-pt-br>. Acesso em: 07 out. 2024.

SOUSA, Suzete Gaia de. **Jornalismo como agente de construção da imagem pública: o governo de Flávio Dino nos editoriais do jornal "O Estado do Maranhão" durante o ano eleitoral de 2018**. 2021. 111 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Comunicação e Sociedade, Universidade Federal do Tocantins, Palmas, 2021. Disponível em: <https://repositorio.uft.edu.br/handle/11612/2748>. Acesso em: 07 out. 2024.

SPONHOLZ, Liriam. **Jornalismo, conhecimento e objetividade: além do espelho e das construções**. Florianópolis: Insular, 2009.

STORCH, Laura; LISBOA, Silvia. O interlocutor jornalístico: representações imaginárias do leitor do Estadão. **Contracampo**, [s. l.], v. 24, n. 1, p. 178-194, 2012. Disponível em: https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/86578190/10899-libre.pdf?1653692814=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DO_interlocutor_jornalístico_representação.pdf&Expires=1742830773&Signature=Z2ZuoG~~cBCYjR47zJI~l5nS7Nk-ARXc0RpwsVS7LriOsCHzhcCvsXuIt-PTS1hCjFP5HyUd-HMFZ7SW47vPLlt7Qxm4mEuDZBtDzJRd2vmy7ACfeofpI5GvN9MBxJSQ6GcYwcFdgou4DHX3xNqTTKdEcKFLE-H5333Ma0imt2K87PQsehdOOidQODMkgNbqkJ3tII5BJrS2rXsKBZJEnXGQY3RkjN6THbvN54Q4y~ZZFCdFGv3E1lKgwckKTwbTd9rnl6jedSeQ-g8-TmQjZdqaGeJWRtJU1aY~bWMiUFARX88DpzibunMhWyW6KKzBP1BaE1rswgshd3v5rPxgVsQ__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA. Acesso em: 24 mar. 2025.

STORCH, Laura Strelow. **O leitor imaginado no jornalismo de revista: uma proposta metodológica**. 2012. 174 f. Tese (Doutorado) - Curso de Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2012. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/55389>. Acesso em: 24 mar. 2025.

TAMBOSI, Orlando. Jornalismo e teorias da verdade. **Intercom**, [s. l.], v. 30, n. 1, p. 35-48, 2007. Disponível em: <https://revistas.intercom.org.br/index.php/revistaintercom/article/view/279>. Acesso em: 03 jun. 2025.

TEIXEIRA, Thaís Gomes. **Golpe, uma palavra gasta**: a saturação dos sentidos nos posts-editoriais da Folha de S. Paulo no Instagram. 2023. 99 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Ciências da Linguagem, Universidade do Sul de Santa Catarina, Palhoça, 2023. Disponível em: <https://repositorio.animaeducacao.com.br/items/c693a3fa-2fad-498c-8b25-8a6551fccda8>. Acesso em: 07 out. 2024.

TUCHMAN, Gaye. A objectividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objectividade dos jornalistas. In: TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. 2.ed. Lisboa: Vega, 1999. p.74-90.

VARÃO, Rafiza. A dimensão ética do conceito de verdade e suas relações com o jornalismo: antes e durante a pandemia. In: ENCONTRO BRASILEIRO DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 18., 2020, Remoto. **Anais [...]**. Campinas: Galoá, 2020. p. 1-15. Disponível em: <https://proceedings.science/sbpjor-2020/trabalhos/mesa-coordenada-da-renoi-jornalismo-violencia-contra-profissionais-responsabilid?lang=pt-br>. Acesso em: 09 dez. 2024.

VITALE, María Alejandra. Sentidos de "revolução" e "revolución" na imprensa escrita golpista do Brasil (1964) e da Argentina (1966). **Bakhtiniana**, [s. l], v. 8, n. 1, p. 254-274, 2013. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/bak/a/R8GqKNHJzCFCM96xZm9MV8n/?lang=pt#>. Acesso em: 07 out. 2024.

WARDLE, Claire; DERA KHSHAN, Hossein. **Desordem informacional**: para um quadro interdisciplinar de investigação e elaboração de políticas públicas. [S. l.]: Council Of Europe, 2023. 125 p. Disponível em: <https://edoc.coe.int/en/media/11609-desordem-informacional-para-um-quadro-interdisciplinar-de-investigacao-e-elaboracao-de-politicas-publicas.html>. Acesso em: 12 ago. 2024.

WEBER, Maria Helena. **A imagem pública tecida entre política, mídias e afetos**. Porto Alegre: Zouk, 2025.

WEBER, Maria Helena. Imagem pública. In: ALBINO, Antonio; RUBIM, Canelas (org.). **Comunicação e política: Conceitos e abordagens**. Salvador: Edufba, 2004. p. 259-307. Disponível em: https://repositorio.ufba.br/bitstream/ufba/134/4/Comunicacao-Politica_RI.pdf#page=260. Acesso em: 28 nov. 2024.

WEBER, Maria Helena; LOCATELLI, Carlos. Realidade e limites da pesquisa empírica em comunicação pública. **Matrizes**, [s. l], v. 16, n. 1, p. 141-159, 2022. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/183849>. Acesso em: 13 ago. 2024.

WEBER, Maria Helena. O estatuto da Imagem Pública na disputa política. **Eco-Pós**, [s. l], v. 12, n. 3, p. 11-26, 2009. Disponível em: https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/929. Acesso em: 28 nov. 2024.

WENDLAND, Keltryn. **As representações das candidatas à vice-presidência da República na campanha eleitoral de 2018 no jornal Folha de S. Paulo**. 2020. 158 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Jornalismo, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2020. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/219381>. Acesso em: 24 mar. 2025.

ZAMBRANO, Cristiam Fernando Cajicá; LOZANO, Milton Fernando Dionicio; TARAZONA, Álvaro Acevedo. Opinión e idea en Platón: la importancia de la enseñanza de la filosofía y del filosofar. **Revista Filosofía Uis**, [s. l], v. 22, n. 2, p. 23-41, 2023. Disponível em: <https://revistas.uis.edu.co/index.php/revistafilosofiauis/article/view/13432>. Acesso em: 09 dez. 2024.

ZART, Luiz Henrique. **Narrativa jornalística de Trivela**: a trajetória da Argentina na Copa do Mundo de 2022. 2024. 420 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Jornalismo, Universidade Federal de

Santa Catarina, Florianópolis, 2024. Disponível em:
<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/261253>. Acesso em: 24 mar. 2025.

APÊNDICE A: TABELA DE ANÁLISE

[illegible]

[illegible]

[illegible]

95	Um segundo plano construtivo	27/10/2022	https://leila.silva.com.br/2022/10/27/leila-e-bolsonaro-como-especialistas/	2. Leila e Bolsonaro como especialistas	Jair Bolsonaro	3. Discursar vague ou irresponsável	3. Argumento propõe plano de governo	Petista	N/A	Não o presidente Jair Bolsonaro nem o político Leila da Silva se propõem a apresentar ao leitor sua análise de um programa econômico com um diagnóstico do quadro nacional, como análise sobre as perspectivas para o futuro ou então a natureza das propostas para enfrentar situações extremas para o País.	
96	O Brasil se avião amado	28/10/2022	https://leila.silva.com.br/2022/10/28/leila-e-bolsonaro-como-especialistas/	2. Leila e Bolsonaro como especialistas	Jair Bolsonaro	4. Erro do PT	N/A	Leila questiona pessoalmente com os países	N/A	Infelizmente com Leila da Silva nem Jair Bolsonaro têm a seriedade para enfrentar os desafios de política externa. Ambos a orientaram a desenvolverem, num primeiro momento, uma estratégia econômica a partir de um diagnóstico do quadro nacional, mas os países que lhe garantem império no cenário global e acesso aos recursos do poder. Mas despendem esse capital em debates especulatórios de configurar uma espécie de manufatura teórica e acadêmica. São a um "Brasil médio" onde não há que inclua o dilema. É uma incógnita.	
97	Um voto pela pacificação do Brasil	30/10/2022	https://leila.silva.com.br/2022/10/30/leila-e-bolsonaro-como-especialistas/	2. Leila e Bolsonaro como especialistas	Jair Bolsonaro	4. Erro do PT	1. Atribuição de imputar	Petista	N/A	Os brasileiros votam às vezes para decidir que não desejam continuar nas mesmas condições. Eles votam com o voto de um voto político, por não ter um mandato que seja, nem uma estratégia a partir de um diagnóstico do quadro nacional, mas os países que lhe garantem império no cenário global e acesso aos recursos do poder. Mas despendem esse capital em debates especulatórios de configurar uma espécie de manufatura teórica e acadêmica. São a um "Brasil médio" onde não há que inclua o dilema. É uma incógnita.	
98	Leila tem o dever de enfrentar os inimigos	31/10/2022	https://leila.silva.com.br/2022/10/31/leila-e-bolsonaro-como-especialistas/	3. Decisão sobre Leila	Jair Bolsonaro	4. Erro do PT	1. Atribuição de imputar	Petista	N/A	A lei do histórico de Leila e Bolsonaro, pode parecer uma grande oportunidade que um ou outro seja capaz de usar o Brasil em nome de um projeto de país. Mas não há espaço para a grandeza de um projeto. Não se trata de pensar uma estratégia sobre o passado de corrupção e a grandeza de um projeto que mantenha os governos petistas em um tempo de crise e de uma situação patológica pelo atual governo. É preciso, porém, olhar para o futuro.	

APÊNDICE B: LIVRO DE CÓDIGOS

Categorias	Descrição	Códigos	Exemplos
1. Temas	Essa categoria serve para identificação do principal assunto tratado em cada editorial. É necessária a atenção do codificador em todas as etapas do texto (título, linha fina e corpo).	1. Ditadura x democracia (relações de Lula com políticos autoritários; ações antidemocráticas de Lula; contradição)	A democracia segundo Lula Petista se apresenta como 'salvador' da democracia no Brasil, que goza de boa saúde, mas é incapaz de condenar uma real ditadura, como a da Venezuela do 'companheiro' Maduro EXCLUSIVO PARA ASSINANTES Publicado por O Estado de S. Paulo em 26/08/2022
		2. Bolsonaro e Lula como equivalentes (tentativas do Estado de equiparar Lula a Bolsonaro, seja politicamente ou estrategicamente durante a campanha)	No dia em que os brasileiros irão às urnas para escolher quem governará o País nos próximos quatro anos, este jornal se considera no dever de recomendar que os eleitores rejeitem tanto o atual presidente, Jair Bolsonaro, como o petista Lula da Silva, que pretende voltar ao poder depois de 12 anos. Ao contrário do que ambos querem fazer parecer, ainda estamos no primeiro turno, ou seja, há vários outros candidatos, alguns seguramente melhores que Bolsonaro e Lula – que, cada um à sua maneira, violentam vários dos princípios que orientam o Estado há mais de um século. Publicado por O Estado de S. Paulo em 02/10/2022
		3. Dúvidas sobre Lula (quando o Estado põe a capacidade de governabilidade de Lula à prova)	Se é um imenso alívio pensar que o Brasil não terá, pelos próximos quatro anos, Jair Bolsonaro na Presidência da República, é preciso reconhecer que o resultado das eleições deste domingo está longe de desanuviar o horizonte nacional. Em primeiro lugar, o próximo governo de Luiz Inácio Lula da Silva é ainda uma imensa incógnita. A campanha eleitoral foi toda baseada em desqualificar o adversário. Mesmo os mais fiéis apoiadores petistas não sabem como será o novo governo do PT. Publicado por O Estado de S. Paulo em 31/10/2022

	O codificador deve escolher somente um dos códigos ao lado	4. Retórica do voto útil (mudança de discurso de Lula para votar no PT já no primeiro turno, liquidando a eleição)	O candidato Lula da Silva não quer apenas ganhar a eleição em outubro; ele quer ser eleito no primeiro turno, o que seria uma façanha inédita para o PT após mais de 30 anos de disputas pela Presidência. Nos últimos dias, aumentou a pressão da campanha de Lula pelo chamado "voto útil". A questão é: o "voto útil" no petista, já no primeiro turno, é útil para quem, afinal? Para Lula, obviamente, é. No entanto, para o conjunto da sociedade, esse desfecho não é necessariamente bom. Publicado por O Estado de S. Paulo em 13/09/2022
		5. Lula como vítima (quando ataques a Lula são a tona do editorial, seja por conta de desinformação, acusações levianas, golpes de Estado em caso de vitória, entre outros).	Nesta semana, a Polícia Federal, com a autorização do ministro Alexandre de Moraes, cumpriu mandados de busca e apreensão em endereços de oito empresários bolsonaristas que, num grupo de WhatsApp, discutiam a hipótese de um golpe de Estado caso o petista Lula da Silva seja eleito presidente. Os sigilos bancário e telemático dos investigados foram quebrados e as contas nas redes sociais, bloqueadas. A ação suscitou diversos questionamentos e críticas. Publicado por O Estado de S. Paulo em 25/08/2022
		6. Outro (quando Lula é mencionado não como um protagonista, mas como um personagem sem relevância no contexto do editorial)	

2. Atores relacionados	Esta categoria serve para comportar os atores aos quais Lula sofre algum tipo de aproximação, seja comparação, compatuação, entre outros. Para esta categoria, o codificador deve observar, identificar e mencionar as pessoas com as quais Lula é relacionado. Exemplo: Nicolás Maduro, Daniel Ortega, etc.	N/A	Lula da Silva, ora vejam, é favorável à alternância de poder na Venezuela. Foi o que o candidato petista à Presidência disse a jornalistas estrangeiros no dia 22 passado. No entanto, recorreu ao conceito de "autodeterminação dos povos" para dizer que não deve "se meter" no que acontece na Venezuela. Mais uma vez, Lula foi incapaz de criticar, mesmo de leve, a ditadura venezuelana. Enquanto poupava o "companheiro" ditador Nicolás Maduro, que no passado já se referiu a Lula como "um pai", o petista chamou o líder opositorista venezuelano Juan Guaidó de "impostor". Publicado por O Estado de S. Paulo em 26/08/2022
3. Ocorrências passadas	Esta categoria serve para identificar ocorrências passadas (situações, acontecimentos, discussões) relacionados a Lula da Silva. Por exemplo: um escândalo, uma decisão tomada em alguma campanha eleitoral, durante algum mandato, discurso, etc.	1. Apoio à ditaduras (menção do OESP à relação de Lula com políticos autoritários, ou compactação com ditaduras) 2. Discurso vazio ou irresponsável (pronunciamentos de Lula considerados sem proposta pelo <i>Estado</i>, que carecem de conteúdo considerado de interesse público, ou são considerados irresponsáveis. Exemplos são os ataques a Jair Bolsonaro)	Essa declaração já tem quase 20 anos, mas é como se tivesse sido feita ontem. Lula não se emendou, a julgar pelo fato de que, passado tanto tempo, continua incapaz de reconhecer uma ditadura de esquerda quando vê uma, muito menos de condená-la. Em compensação, arvora-se em salvador da democracia no Brasil, onde, ao contrário da Venezuela, a imprensa é livre, as eleições são limpas, o Congresso funciona sem restrições e o Judiciário é independente. Publicado por O Estado de S. Paulo em 26/08/2022 Ignorando os problemas do País, Bolsonaro e Lula dão início à disputa como se fossem candidatos a líderes religiosos, não à Presidência, pintando um ao outro como o diabo em pessoa Publicado por O Estado de S. Paulo em 18 de agosto de 2022

		3. Erros do PT (principalmente relacionado ao passado: escândalos de corrupção, medidas dos governos anteriores etc.)	Ora, o Lula da Silva que hoje se apresenta como o experiente artífice da reconciliação tão desejada pelos brasileiros é aquele líder cujo partido hostilizou todos os governos aos quais fez oposição, jamais reconheceu os méritos dos articuladores da estabilização da economia nos anos 90 e sabotou os esforços para estabelecer a responsabilidade fiscal. O Lula que se declara "inocente" em relação a graves denúncias de corrupção, como se fosse a alma mais honesta do mundo, é o mesmo que até hoje foi incapaz de reconhecer os comprovados desvios de bilhões em recursos públicos durante os governos petistas, muitos dos quais ocorridos nas suas barbas. O Publicado por O Estado de S. Paulo em 02/10/2022
4. Recomendações sobre o que Lula deve fazer	Esta categoria serve para apreender as expectativas ou recomendações do <i>Estado</i> para que Lula e/ou seu partido e apoiadores façam ou deixem de fazer algo, seja na campanha ou caso de vitória nas eleições.	1. Arrefecer os ânimos (Lula precisa pacificar o país politicamente, diminuir a polarização)	Depois de quatro anos de Jair Bolsonaro e de uma virulenta campanha eleitoral, o País precisa urgentemente de união e pacificação. Lula da Silva tem o dever de arrefecer os ânimos, de respeitar os vencidos e, sobretudo, de transmitir confiança a todos os brasileiros. Se há alguma dose de responsabilidade no PT, agora é a hora de mostrar ao Publicado por O Estado de S. Paulo em 31/10/2022
		2. Corrigir e/ou pedir desculpas pelos erros do PT (Lula precisa corrigir os erros cometidos pelos governos petistas: escândalos de corrupção, entre outras práticas)	Talvez seja este grande receio que a esquerda ainda desperta: um exercício do poder voltado exclusivamente para si, para suas ideias, para seu partido, para os interesses do seu guru. Ora, a democracia requer aceitar a legitimidade dos adversários e das ideias divergentes; requer denunciar ditaduras onde quer que surjam; e requer governar com responsabilidade, pois governos irresponsáveis criam castas de privilegiados e são os algozes dos pobres. Estará o PT pronto para ser verdadeiramente democrático? Publicado O Estado de S. Paulo em 20 de agosto de 2022
		3. Apresentar propostas/plano de governo (Lula precisa definir como pretende governar o Brasil, caso seja eleito presidente)	Há milhões de brasileiros passando fome e outros tantos mil desovendo em insegurança alimentar. O desemprego segue em patamar elevado. A inflação, em que pesem medidas pontuais de alguns preços, vem à tona dos trabalhadores. O que será feito da educação pública após a saída promovida por Bolsonaro no Ministério da Educação? Como recuperar a credibilidade internacional do País na defesa do meio ambiente? Quais os planos de saúde e cuidados para enfrentar o Sistema Único de Saúde (SUS)? O que será feito para resgatar a parte do Orçamento que foi capturada por um pequeno grupo de parlamentares oportunistas para satisfazer interesses nada republicanos? E não são apenas questões de política relevante, sobre as quais, nas próximas eleições, foi trilhado por Lula e por Bolsonaro nos seus últimos dias de suas campanhas.

5. Adjetivos e outras expressões que qualificam Lula	Esta categoria serve para identificar adjetivos ou outras formas de qualificar e caracterizar Lula por parte do OESP.	N/A	A incoerência da esquerda não está restrita ao plano externo. Lula da Silva, por exemplo, nunca pediu desculpas ao eleitor pelo mensalão, sistema criminoso que perverteu a representação democrática. Como o líder petista minimiza ou nega essa compra de votos, fartamente provada, e não reconhece o quão danosa foi para a democracia, é lícito presumir que, num eventual terceiro mandato, talvez não hesite em repetir a dose. Publicado por O Estado de S. Paulo em 26/08/2022
6. Aspectos de desinformação	Esta categoria serve para identificar discursos do OESP com potencial desinformativo.	1. Afirmação infundada (afirmações relacionadas a Lula que são passíveis de checagem, mas não procedem)	resposta é não. Segunda: por que o PT, tão preocupado com as ameaças bolsonaristas à democracia, não trabalhou pelo impeachment de Bolsonaro? Ocasões, motivos e clamor popular não faltaram. No entanto, Lula e o PT acharam que era preferível vencer Bolsonaro nas urnas. Ou seja, julgaram que manter Bolsonaro na Presidência poderia ser útil para alimentar a polarização que os petistas sabem explorar como ninguém. Publicado por O Estado de S. Paulo em 24/09/2022
		2. Afirmação difícil de checar ou que incorpora meias-verdades.	Lula que hoje quer ser visto como salvador da democracia é o mesmo que nutre devoção religiosa à ditadura cubana e que é incapaz de condenar a tirania dos companheiros Nicolás Maduro na Venezuela e Daniel Ortega na Nicarágua, além de defender sistematicamente a "regulação da mídia", nome fantasia para seus devaneios censórios. Publicado por O Estado de S. Paulo em 02/10/2022

APÊNDICE C: LISTA DE EDITORIAIS

Nº	Título	Data	Link
1	Trump não está acima da lei	16/08/2022	https://www.estadao.com.br/amp/opinioao/trump-nao-esta-acima-da-lei/?srsltid=AfmBOopjxfRsikP9QX-CucNir-X-c8EpuhpuX0xnwflwS4OsKVq1UI7G
2	A boiada dos reajustes salariais	17/08/2022	https://www.estadao.com.br/opinioao/a-boiada-dos-reajustes-salariais/?srsltid=AfmBOopgIM2aYSIm7IFh9nf4O_qpr4MfNC4Ksqv5UTtqez6MQS7FJVan
3	Campanha começa mal	18/08/2022	https://drive.google.com/file/d/12lnYMkYBRISW4hbAsElPGqMtZg5C2P40/view?usp=sharing
4	O que a esquerda quer?	20/08/2022	https://www.estadao.com.br/opinioao/o-que-a-esquerda-quer/?srsltid=AfmBOoqEcEakeScB9g0ErJl9QLAfcL8wzYj0znsyvUrJ3pTb1rYwOMX6
5	O voto é exercício de liberdade	24/08/2022	https://drive.google.com/file/d/1Tl6Va7ANFHnqKFB_UJbORfMc0aV4Kwg-g/view?usp=drive_link
6	Defesa da democracia deve respeitar a lei	25/08/2022	https://www.estadao.com.br/opinioao/defesa-da-democracia-deve-respeitar-a-lei/?srsltid=AfmBOoq_cxMv7PH8anPS-MQKk2Ii2LV1JpkrObSGp6_8ixxXBo0-di6r
7	A democracia segundo Lula	26/08/2022	https://www.estadao.com.br/opinioao/a-democracia-segundo-lula/?srsltid=AfmBOorjP0zz_y49VXF9n99CC36yybeO6zW6MV-c65Qqgh1Yzh1VzTEm
8	A PF não é cabo eleitoral de ninguém	26/08/2022	https://www.estadao.com.br/opinioao/a-pf-nao-e-cabo-eleitoral-de-ninguem/?srsltid=AfmBOorebbayR6aEKAnYwScYNbAkWwqxZ00ibMRbLZDs-pB80_I71dsU

9	A necessária defesa da família	27/08/2022	https://www.estadao.com.br/opinioao/a-necessaria-defesa-da-familia/?srsltid=AfmBOoppvULI922TPNWeiC12Q-gJ-KP2AzvQfxOvw654a4oYXrPfzKk
10	Um retrocesso inaceitável	27/08/2022	https://www.estadao.com.br/opinioao/um-retrocesso-inaceitavel/?srsltid=AfmBOorEjsiZfHrbBPwUmrAPKvMjq13Nce4NbZANEgxJ-ywtNNM-A4-a
11	Dois inconsequentes e uma eleição	28/08/2022	https://www.estadao.com.br/opinioao/dois-inconsequentes-e-uma-eleicao/?srsltid=AfmBOoplkfARK_OYMo2S1tJzAPjgFHyGLVlcYaa3aez-uAuPq63s9Ga6
12	Um debate muito útil	30/08/2022	https://www.estadao.com.br/opinioao/um-debate-muito-util/?srsltid=AfmBOop3CZfTW9KjrFkoLyRLXSkKpDUify_BPBGJQOaaHnI49gSfupvq
13	Os negócios da família Bolsonaro	31/08/2022	https://www.estadao.com.br/opinioao/os-negocios-da-familia-bolsonaro/?srsltid=AfmBOopJs-q4rWZjY0o_3SQ_s7iLrZQraqiZsgOjW2csp77iY3-2Fkuy
14	Bolsonaro deve explicações	02/09/2022	https://drive.google.com/file/d/1PJgqCPNwUrnVxhhtSQpExA-sKmPdr6OF/view?usp=drive_link
15	Bolsonaro envergonha o país no Bicentário	08/09/2022	https://www.estadao.com.br/opinioao/bolsonaro-envergonha-o-pais-no-bicentenario/?srsltid=AfmBOoqdUcnXeAhNisfRDlhCn1qbHpXrnAmPrH9GOFBL4kVsn82u8do
16	As consequências do ódio	10/09/2022	https://www.estadao.com.br/opinioao/as-consequencias-do-odio/?srsltid=AfmBOoqG3T6fEKJxIQBN-QIuwaEcE-r7uUuAnPW2DX4imNelQk9WLRLu
17	Leilão pelo voto dos pobres	10/09/2022	https://drive.google.com/file/d/1qxOF_B_EPiAgXRMKq32rWo1mVepfPkRs/view?usp=drive_link

18	O eleitor não é ingênuo	12/09/2022	https://www.estadao.com.br/opinioao/o-eleitor-nao-e-ingenuo/?srsltid=AfmBOOpMt8vSki0EpToIGB5grvNkFLzsX7RtpCh_FiK96Vr6aMZEtlW
19	"Voto útil" para quem?	13/09/2022	https://www.estadao.com.br/opinioao/voto-util-para-quem/?srsltid=AfmBOOpIxaBREjsVkhXi-DJ_EJCeg7aQZQI_I-wE1OHnqhnhKfK0aCq
20	O que se espera do Supremo	14/09/2022	https://drive.google.com/file/d/1i9NX3MurS3scBn_tDuY9Tymk6NrMLk2r/view?usp=drive_link
21	O deve do Supremo de rever seus erros	18/09/2022	https://www.estadao.com.br/opinioao/o-dever-do-supremo-de-rever-seus-erros/?srsltid=AfmBOOrhpScIvS4TLQttTXA-4PX2UVkOhGGjxbHPLA1OmK4gZ4zuOJQ8
22	Ministério não é panaceia	19/09/2022	https://www.estadao.com.br/opinioao/ministerio-nao-e-panacea/?srsltid=AfmBOoqW3UUYTVdsd4CHVE2rD2AUANxcpihlODn8f7iWhRNgcJl1t-n3
23	Comício infame	20/09/2022	https://drive.google.com/file/d/1KJBhNqm28FtJECSV19JlhvVNaWuy3oED/view?usp=drive_link
24	Os petistas, ora vejam, estão cansados	21/09/2022	https://www.estadao.com.br/opinioao/os-petistas-ora-vejam-estao-cansados/?srsltid=AfmBOOpBhIsyfsv3mVxKluj9j2ES-wYyolUjMctlf_ani_Ygf0M6FUDz
25	A democracia não depende de Lula	24/09/2022	https://www.estadao.com.br/opinioao/a-democracia-nao-depender-de-lula/?srsltid=AfmBOoo0bkzopArEiJui3gvpwglwa5yIO9inK_FJ-yV0LQKq45Ja7Ktv

26	Bolsonaro prejudica Bolsonaro	25/09/2022	https://www.estadao.com.br/opinioao/bolsonaro-prejudica-bolsonaro/?srsltid=AfmBOorsVmhcXUPVRjDaRSqwr-8hV1obhl92VDmvSTG06QbfSBwUgRy
27	A dimensão da liberdade de expressão	26/09/2022	https://www.estadao.com.br/opinioao/a-dimensao-da-liberdade-de-expressao/?srsltid=AfmBOoqRAHTW3POLnFC96U7aMecgsMSHr1hknjbq9SDB4RjoiFbBr8cn
28	O medo que corrói a democracia	28/09/2022	https://www.estadao.com.br/opinioao/o-medo-que-corroi-a-democracia/?srsltid=AfmBOop2o-srPG2ALEzgOw80qr8Jf9Y0vMPKMt6QQXtHWEtLYY64Z3yg
29	Lula não gosta de "capião"	28/09/2022	https://www.estadao.com.br/opinioao/lula-nao-gosta-de-capiu/?srsltid=AfmBOop9saUTed2nedX8H6rBXFfbZaGXMqn75ArJFYVHlue-pdnNF9FU
30	O resgate da diplomacia	29/09/2022	https://www.estadao.com.br/opinioao/o-resgate-da-diplomacia/?srsltid=AfmBOoo6ztulZnMW3K9IXQYkjh-p2Kgcdkdqa8yRcl8qwwWXDrYlOob
31	É preciso devolver o Estado aos brasileiros	30/09/2022	https://www.estadao.com.br/opinioao/e-preciso-devolver-o-estado-aos-brasileiros/?srsltid=AfmBOoow27DgQVFcYozCsZ3iRhQwOU79Ttxb63TOUP08S1XiNXkLjQr
32	O mistério de Lula	30/09/2022	https://www.estadao.com.br/opinioao/o-misterio-de-lula/?srsltid=AfmBOorWPYFJ6CFn15O6M80TxNGlxyVj5mAx8jJtbp2jcZ_ytT9V-Wz
33	Debate reflete a miséria da campanha	01/10/2022	https://www.estadao.com.br/opinioao/debate-reflete-a-miseria-da-campanha/?srsltid=AfmBOoqAgLM0bsF-9cTlw4WsP36TKnPK5FwxrkKSYxs-SS9SG0RD1MS6

34	Nem Bolsonaro, nem Lula	02/10/2022	https://www.estadao.com.br/opinio/nem-bolsonaro-nem-lula/?srsltid=AfmBOoqKVlHdWudsV8JlEkyXRTWxp59mXTb51uZAxSbx8vxyYwW-unvc
35	Sem retrocessos regulatórios em 2023	03/10/2022	https://www.estadao.com.br/opinio/sem-retrocessos-regulatorios-em-2023/?srsltid=AfmBOormlwUqumbJ3JvRjixbTa0C1z_wlXiIK3BLQxtKGdInaPC2Hd1M
36	O pior dos pesadelos	03/10/2022	https://www.estadao.com.br/opinio/o-pior-dos-pesadelos/?srsltid=AfmBOooFegNC5KElkyDQjbKnTqNDY8ofATc33ISAWHnItphwr_AaGuTG
37	Não é só Lula que deve ser cobrado	05/10/2022	https://www.estadao.com.br/opinio/nao-e-so-lula-que-deve-ser-cobrado/?srsltid=AfmBOoodYw7VL1I7D-Era9knCCHISCCCYamw68tk0ah6qVHrjgAdzRqg
38	O eleitor deu a Câmara ao Centrão	05/10/2022	https://www.estadao.com.br/opinio/o-eleitor-deu-a-camara-ao-centrao/?srsltid=AfmBOoqfrX_rGgHsUEmJW9vFzLxStGh5rw2tOUGf2Wvyp2v2Cx8wO9K
39	Nem social, nem democrata	06/10/2022	https://www.estadao.com.br/opinio/nem-social-nem-democrata/?srsltid=AfmBOopgfTw5Xz2DRKwlgVvn7SgSYcubf8W1P1T2vv6mEkwwZ5bxFfX1
40	Lula precisa fazer jus a tanto apoio	07/10/2022	https://www.estadao.com.br/opinio/lula-precisa-fazer-jus-a-tanto-apoio/?srsltid=AfmBOoowGte0mPqLMNiYhyldWBpLrMuTlea2ape3I32vIsHwU7n5e3gx
41	Nem mensalão, nem orçamento secreto	08/10/2022	https://www.estadao.com.br/opinio/nem-mensalao-nem-orcamento-secreto/?srsltid=AfmBOop-Vk-Cf9nIVrUKFMX0DRolXnMkY_hPd-HFc526eOkajiGfIDco

42	O teste de estresse da Justiça Federal	11/10/2022	https://www.estadao.com.br/opiniaio/o-teste-de-estresse-da-justica-eleitoral/?srsltid=AfmBOorszduqJLm0B0fADktYLYzUY0ZUSI9MkWB4Js6y8jE6QWWmahTz
43	Não foi só a PEC kamikaze	12/10/2022	https://www.estadao.com.br/opiniaio/nao-foi-so-a-pec-kamikaze/?srsltid=AfmBOors_rrkW2vC6MLmHsvhOMqCpBSafGrQLBLmbuaqvSkOyNJwT
44	Um país com medo	13/10/2022	https://www.estadao.com.br/opiniaio/um-pais-com-medo/?srsltid=AfmBOoq5PR-Odah8MZsZsRLkIN6I39UHgIhXyfXbUcJ_p_KIZ3zNIIxw
45	O desalento da juventude	18/10/2022	https://www.estadao.com.br/opiniaio/o-desalento-da-juventude/?srsltid=AfmBOoqxR03AEAHp1F7s4AIjqrCd6UbZW6rpn5ZJzw_x0wex4WSPB6RD
46	Moro, o inimigo da Lava Jato	19/10/2022	https://www.estadao.com.br/opiniaio/moro-o-inimigo-da-lava-jato/?srsltid=AfmBOoovWx3wUnOgpHPD6FNQYuGiESmh1Nk7Z0Woxpg_S2dphOI5u6a
47	Desrespeito à liberdade religiosa	20/10/2022	https://www.estadao.com.br/opiniaio/desrespeito-a-liberdade-religiosa/?srsltid=AfmBOordnGHCxDhoy8LP9T4cWnJxCP9ocQ3USjrdOGbyKqxVTPwRjWFQ
48	As piruetas retóricas de Lula	21/10/2022	https://www.estadao.com.br/opiniaio/as-piruetas-retoricas-de-lula/?srsltid=AfmBOopcHFFERYcy19fyD3igMtFQ3VJLSjTO6GlbbrtO-IPw2ttpAmdeS
49	O risco Lula	22/10/2022	https://www.estadao.com.br/opiniaio/o-risco-lula/?srsltid=AfmBOooxolNh0R8vUF6u6Ibn85VbxYdGsYE5t1Lucom4_j5MhA7BWqT7

50	TSE cai na arapuca do bolsonarismo	22/10/2022	https://www.estadao.com.br/opinioao/tse-cai-na-arapuca-do-bolsonarismo/?srsltid=AfmBOopM_rtVCEBmYncdyw0sPjiz_ekEs4Gj1tZ-Mg-SE7B6jp9Kf3m
51	A mensagem política da classe C	23/10/2022	https://www.estadao.com.br/opinioao/a-mensagem-politica-da-classe-c/?srsltid=AfmBOopDzW2BctQUNX2RMfIZk5v7drHvZmLiqGijvQGxsjbsCC3hG2L5
52	Orçamento secreto, o "novo normal"	23/10/2022	https://www.estadao.com.br/opinioao/orcamento-secreto-o-novo-normal/?srsltid=AfmBOopP2dOFBI2_hFTBc7IV5tg-ognrMujX_QLedQ58KXs4YceOfR4t
53	E Bolsonaro venceu	24/10/2022	https://www.estadao.com.br/opinioao/e-bolsonaro-venceu/?srsltid=AfmBOoqFrIpDON-ri-VqNMSOJf_W4cg35TtxRCwhFleDZyceNH0XEbLf
54	Que democracia?	26/10/2022	https://www.estadao.com.br/opinioao/que-democracia/?srsltid=AfmBOoqHyAwBxRIQnHj8hruKaiyxFM0cUYI8UIIdX2-Vd6PxOo0LHQiL1
55	Um urgente plano econômico	27/10/2022	https://drive.google.com/file/d/1MuYD1ZT4_8VvWdcfxUx7u410dGdmiScQ/view?usp=drive_link
56	O Brasil no novo mundo	28/10/2022	https://www.estadao.com.br/opinioao/o-brasil-no-novo-mundo/?srsltid=AfmBOoqFXrDYoSJb0I8XSIBcZxxfwo3tAkxnQIRqnkRAfZnCBE1Wazuji
57	Um voto pela pacificação do Brasil	30/10/2022	https://www.estadao.com.br/opinioao/um-voto-pela-pacificacao-do-brasil/?srsltid=AfmBOopXfp2sHzlg2NoHepqpO_IuIpB7kUkzGKkwqIynCwlueqLicmNJ
58	Lula tem o dever de arrefecer os ânimos	31/10/2022	https://www.estadao.com.br/opinioao/lula-tem-o-dever-de-arrefecer-os-animos/?srsltid=AfmBOorP9hDT01fcRVWfN39gtJnU44ZebW0MIeKnEc4PzOZ9FTl6Pbfo

APÊNDICE D: TABELA DE ADJETIVOS

Adjetivos/Caracterizações de Lula

Característica	Contagem
Petista	42
Ex-presidente	13
Líder Petista	4
Salvador da Democracia	4
Candidato Petista	3
Demiurgo	4
Chefão do Partido	3
Candidato	2
Capital Eleitoral	1
Redentor da Democracia	1
Mau Candidato	1
Inocente	1
Alma Honesta	1
Cinismo Inacreditável	1
Grande Líder	1
Campeão da Democracia	1
Líder Operário	1