



**CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA
FACULDADE DE TECNOLOGIA E CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS**

MONIQUE DEL ROSSO

**LULA E BOLSONARO: PRESENÇA NAS CAPAS DOS JORNAIS FOLHA DE
S.PAULO, O GLOBO, O ESTADO DE S. PAULO E VALOR ECONÔMICO NAS
ELEIÇÕES DE 2022**

**BRASÍLIA
2023**



MONIQUE DEL ROSSO

LULA E BOLSONARO: PRESENÇA NAS CAPAS DOS JORNAIS FOLHA DE S.PAULO, O GLOBO, O ESTADO DE S. PAULO E VALOR ECONÔMICO NAS ELEIÇÕES DE 2022

Relatório final de pesquisa de Iniciação Científica apresentado à Assessoria de Pós-Graduação e Pesquisa.

Orientação: Vivaldo Reinaldo de Sousa

BRASÍLIA

2023

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho ao meu tio Braz Luiz, um homem de sabedoria profunda, de coração generoso e de uma força inigualável. Ao longo dos anos, você me mostrou o verdadeiro significado da determinação, trabalho árduo e amor pela família.

AGRADECIMENTOS

Gostaria de expressar meus mais sinceros agradecimentos por todo o apoio, orientação e contribuições ao longo do processo de elaboração e apresentação do PIC. É com imensa gratidão que dedico este momento para expressar minha profunda apreciação a cada um de vocês.

Em primeiro lugar, gostaria de agradecer ao meu orientador, Vivaldo Sousa, por sua orientação dedicada, conhecimento especializado e constante incentivo. Seu comprometimento com o meu trabalho, paciência e disponibilidade para discutir foram essenciais para o sucesso deste projeto.

Não posso deixar de mencionar o apoio e incentivo recebidos de minha família e amigos ao longo dessa jornada acadêmica. Em particular, quero expressar minha sincera gratidão ao meu irmão Matheus Del Rosso, que, com a sua expertise, me ajudou a pensar de uma forma diferente para escrever a pesquisa. Por fim, gostaria de agradecer a todos os que, de alguma forma, contribuíram para a realização deste trabalho, mesmo que não mencionados nominalmente.

*A melhor argumentação contra a democracia é
uma conversa de cinco minutos com o eleitor
médio." — Winston Churchill*

RESUMO

As eleições presidenciais de 2022 foram uma das mais importantes na história do Brasil. A mídia desempenhou um papel fundamental na formação da opinião pública e na disseminação de informações sobre os candidatos. A pesquisa analisou a cobertura midiática das eleições presidenciais de 2022 no Brasil, com foco nas capas dos jornais Folha de S.Paulo, O Globo, O Estado de S. Paulo e Valor Econômico. Com o avanço das redes sociais e da internet, os jornais impressos têm enfrentado desafios e uma redução na circulação. No entanto, eles ainda desempenham relevância na cobertura política. A pesquisa classificou os conteúdos relacionados aos candidatos Luiz Inácio Lula da Silva (PT) e Jair Messias Bolsonaro (PL) à presidência da República nas primeiras páginas dos jornais em categorias, como manchetes, reportagens, colunistas e artigos, pesquisas eleitorais e uso de fotos e infográficos.

Palavras-chave: Eleições Presidenciais de 2022; Disputa Lula-Bolsonaro; Primeira Página

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	9
2. REFERENCIAL TEÓRICO	14
3. MÉTODO	18
5. AS CAPAS DO JORNAL	21
6. ANÁLISE DAS PRIMEIRAS CAPAS	49
7. CONCLUSÕES	52

INTRODUÇÃO

Desde os seus primórdios, as eleições presidenciais têm representado um momento crucial na democracia da maioria dos países, exercendo uma influência direta sobre o futuro político da nação. Nesse contexto, a mídia, por meio de seus diversos veículos e meios de comunicação, desempenha um papel fundamental na formação da opinião pública. Através dela, se dá a disseminação de informações sobre os candidatos, que precisam divulgar suas propostas de governo e também criticar as apresentadas por seus adversários na corrida presidencial. Essa dinâmica, portanto, assume um papel na consolidação do processo democrático e na conscientização do eleitorado, contribuindo para a tomada de decisões fundamentadas no momento das urnas.

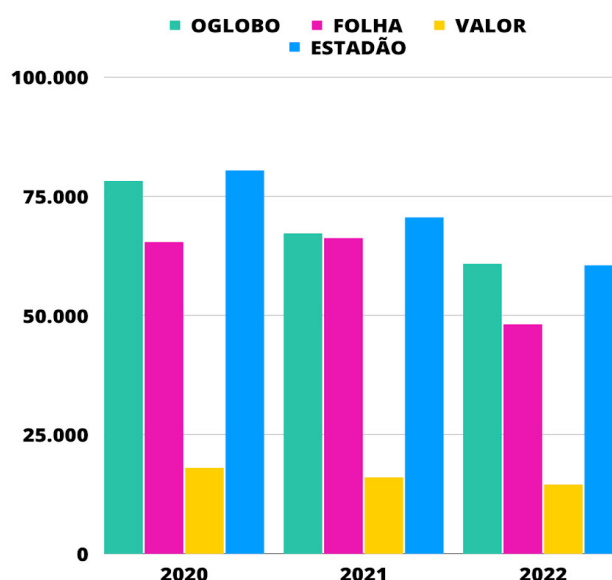
Em 2022, no Brasil, o cenário político na eleição para a presidência da República foi marcado pela polarização entre os principais candidatos, Luiz Inácio Lula da Silva (PT) e Jair Messias Bolsonaro (PL). É importante lembrar que os dois tiveram trajetórias políticas distintas e ideologias opostas. Nesse contexto, a imprensa exerceu um papel relevante na construção do discurso, seja através da seleção de pautas, da abordagem das notícias ou da ênfase dada a determinados eventos e personagens. Essa pesquisa analisou as chamadas dos candidatos à presidência em capas dos jornais Folha de S.Paulo, O Globo, O Estado de S. Paulo e Valor Econômico durante o período das eleições de 2022, entre o mês de julho, após os candidatos terem seus nomes aprovados nas convenções dos respectivos partidos, até outubro, quando ocorreu o segundo turno da disputa à Presidência da República, com foco na presença de Luiz Inácio Lula da Silva e Jair Bolsonaro. Foram investigados os enquadramentos, as manchetes, as fotografias e demais elementos visuais presentes nas capas das versões impressas desses periódicos, todos de circulação nacional.

Com a ascensão das redes sociais e da internet, os jornais impressos enfrentam novos desafios e têm que dividir espaço com outros meios de comunicação. De acordo com o IVC (Instituto Verificador de Comunicação), no Brasil, essa mudança de cenário ficou evidente com uma redução de cerca de 11% no número absoluto diário de jornais impressos ao longo de dez anos analisados. Em 1995, eram circulados diariamente 3,5 milhões de exemplares, mas esse número caiu para 3,09 milhões em 2005. A circulação impressa dos principais jornais brasileiros continuou a declinar em 2022.

No contexto específico das eleições de 2022, a disputa não se deu mais entre partidos políticos, mas sim entre candidatos. Jair Bolsonaro, por exemplo, enfrentou dificuldades em montar seu próprio partido e acabou se filiando ao Partido Liberal (PL), devido à exigência da legislação brasileira que requer filiação partidária para se candidatar a um cargo eletivo. Nesse cenário de mudanças e desafios, o cenário da imprensa também sofreu impactos. O jornal O Globo, que tradicionalmente ocupava o posto de maior circulação impressa no país, enfrentou uma queda de 9,5% no número de pagantes, passando de 78.168 exemplares em 2020 para 60.777 em 2022. O mesmo ocorreu com outros jornais renomados, como o Estado de S. Paulo (Estadão), que registrou uma redução de 14,3% no período, indo de 80.382 exemplares em 2020 para 60.446 em 2022. Até mesmo o Valor, do mesmo grupo que edita O Globo, teve uma taxa de desistências de 9,2%, com o número de pagantes diminuindo de 18.022 em 2020 para 14.541 em 2022.

A figura abaixo mostra a diferença de percentual entre a circulação de jornais impressos no O Globo, Folha de S.Paulo, Valor Econômico e Estadão.

Figura 1 – Gráfico de comparação da circulação de jornais impressos no Brasil do ano de 2020 até 2022



Apesar dessa tendência de queda na circulação impressa dos jornais, a Folha de S. Paulo foi uma exceção, apresentando um aumento de 1,2% no período analisado, com o número de pagantes subindo de 65.385 para 66.188. Contudo, mesmo com esse crescimento, a Folha também sofreu os efeitos negativos do ano eleitoral, sendo o segundo jornal mais afetado em termos de desistências, com um total de 27,4% de pagantes abandonando o produto.

Assim, fica claro que tanto o cenário político do Brasil como o setor da imprensa passaram por transformações significativas em 2022, revelando uma dinâmica complexa e repleta de desafios para os meios de comunicação tradicionais. Enquanto as redes sociais e a internet se consolidam como importantes fontes de informação, os jornais impressos buscam se adaptar para continuar relevantes em um mundo cada vez mais digital.

A pesquisa compreendeu a primeira página dos jornais. Nelas, estão as informações mais importantes, seguindo a linha editorial de cada veículo e os valores-notícias. Mas será que os critérios adotados pelas quatro publicações diárias são os mesmos? Quais os pontos em comum e as diferenças entre eles? Dentro desse contexto, a competição entre dois candidatos completamente opostos, tanto do ponto de vista político, quanto de propostas de governo, é um tema de interesse, numa eleição que, conforme as pesquisas eleitorais, prometeu pouco espaço para os chamados candidatos da terceira.

Foi também a primeira vez em que um ex-presidente (Lula) disputou contra um presidente que tentou a reeleição (Bolsonaro), num contexto em que a segurança das urnas eletrônicas foi questionada publicamente pelo chefe do Executivo federal e o volume de desinformação, por meio das redes sociais, foi elevado. O TSE (Tribunal Superior Eleitoral), por exemplo, alegou receber 500 alertas diários de Fake News somente no segundo turno das eleições.

Segundo Martin Wattenberg (1998), o papel da mídia é chamado de “declínio dos partidos políticos”, para que as informações do partido cheguem ao eleitor é necessário um canal. Esse canal geralmente é o candidato. A corrida eleitoral acaba não tendo o objetivo de um espaço de debate de ideias para beneficiar à população, mas uma disputa entre personalidades e partidos diferentes, acarretando a disputa de poder. No contexto atual, a análise de Martin Wattenberg sobre o papel da mídia continua relevante. A mídia desempenha

um papel fundamental na intermediação entre os partidos políticos e os eleitores, sendo o canal através do qual as informações e propostas dos partidos são transmitidas ao público. No entanto, é importante ressaltar que, atualmente, como a mídia desempenha esse papel tem evoluído e encarado novos desafios. Com o advento das redes sociais e o aumento da acessibilidade digital, os eleitores têm acesso a uma ampla gama de fontes de informação e podem interagir diretamente com os candidatos, partidos e outros eleitores. Isso impacta a dinâmica das corridas eleitorais, muitas vezes desviando o foco do debate de ideias e propostas para uma disputa de personalidades e polarização política.

Dessa forma, a missão foco deste estudo é analisar a presença de Lula e Bolsonaro nas capas dos jornais pesquisados. Dos quais quatro veículos que serão analisados, dois pertencem ao Grupo Globo (O Globo e Valor Econômico). A hipótese inicial é que a primeira página (capa) de jornais impressos destaca os assuntos de maior relevância para a população do ponto de vista da informação jornalística e segundo a linha editorial de cada veículo. Nessa métrica, “os meios de comunicação de massa constituem um dos mais importantes fóruns na esfera pública das sociedades modernas” (Gaskell, Bauer, 2001).

Já a metodologia de pesquisa inclui a classificação dos conteúdos da primeira página dos jornais analisados em cinco categorias. A primeira é a manchete, quando o principal tema da capa foi sobre os candidatos à presidência de 2022, destacando os candidatos citados no texto. Posterior a esta, a reportagens: textos publicados na primeira página (capa) dos jornais que destacam esses políticos candidatos à Presidência da República. A terceira será de artigos de opinião, por se tratar de conteúdo opinativo, os textos sobre a disputa presidencial assinados por colunistas e articulistas serão analisados em uma categoria separada. Na quarta, pesquisas eleitorais: essa categoria planeja identificar os textos de primeiras páginas produzidos a partir de pesquisas eleitorais registradas no TSE, como determina a legislação brasileira. A última, uso de fotos e infográficos: o uso de imagem, incluindo infográficos, será analisado visando identificar como os candidatos estão sendo expostos (positivo, negativo ou neutro), se há mais imagens de um candidato em relação a outro e como completam os textos.

A pesquisa foi dividida em quatro capítulos. Sendo o primeiro, a introdução, no qual se entendeu como o jornalismo se entrelaçou com a política de uma forma aprofundada. Após, no segundo, o referencial teórico. No capítulo seguinte, a metodologia adotada no estudo. As análises das capas dos jornais e das primeiras páginas, virá em seguida para chegar, depois, às conclusões. Através dessa análise, pretende-se contribuir para o campo dos estudos de

comunicação política, fornecendo insights sobre o evento das campanhas eleitorais no ano de 2022 e mostrando a construção da imagem dos candidatos.

REFERENCIAL TEÓRICO

Nos veículos impressos, as capas dos jornais são a porta de entrada para o mundo da informação. Elas são a primeira impressão que temos das notícias do dia, uma janela para o que está acontecendo ao nosso redor. As manchetes em letras garrafais, as fotografias marcantes e as chamadas têm o poder de atrair atenção e despertar a curiosidade. Desde o início do jornalismo, as capas dos jornais têm desempenhado um papel crucial na disseminação das informações. Elas são projetadas para convencê-los a comprar o jornal ou clicar na matéria online. As técnicas utilizadas nas capas são cuidadosamente planejadas para despertar emoções e gerar interesse.

Dentro deste contexto, para esta pesquisa, algumas teorias são relevantes: as teorias do enquadramento e a análise de discurso. A teoria do enquadramento explora a maneira como as notícias, a mídia e outras formas de comunicação selecionam, enfatizam, descartam e organizam informações de maneira a moldar a compreensão e a interpretação de um determinado tópico ou evento. O conceito de enquadramento se baseia na ideia de que a forma como uma história ou problema é apresentado pode influenciar a percepção pública, definindo o que é relevante, o que deve ser valorizado e como as pessoas devem entender a questão (SILVA, 2008, p.2).

Ainda para Silva (2008), os quadros são como molduras cognitivas que estruturam a maneira como as pessoas percebem e interpretam a realidade. Eles podem ser influenciados por diferentes fatores, incluindo a escolha das palavras, a seleção de fontes de informação, a ênfase em certos aspectos e a associação com imagens ou símbolos específicos. Os quadros são utilizados para influenciar a percepção do público sobre os candidatos e suas plataformas políticas.

Essa abordagem examina como os significados são construídos por meio da linguagem, como os argumentos são apresentados, quais são os padrões discursivos recorrentes e como os discursos podem moldar a opinião pública e a cultura. Uma das referências na área é Laurence Bardin (1977) em que o autor analisa o discurso que pode ser usado em estudos políticos, análises de mídia, estudos culturais e outras áreas para revelar as dinâmicas subjacentes nas comunicações humanas. O método em uma eleição presidencial revela como os candidatos se comunicam com o público, quais argumentos são usados para

persuadir eleitores e como as ideologias e visões políticas são expressas. Ela também examina a retórica usada pelos candidatos em seus discursos e debates. E ainda pode revelar padrões discursivos, uso de metáforas, construção de argumentos e apelos emocionais destinados a conquistar a simpatia do eleitorado.

O jornalismo político no Brasil e no mundo desempenha um papel fundamental na cobertura e na análise dos eventos políticos, influenciando no debate e na formação da opinião pública e contribuindo para a democracia. Desde a sua independência em 1822, o Brasil passou por diferentes regimes políticos, como, por exemplo, a monarquia, a ditadura militar e a democracia atual, e em cada um desses períodos, o jornalismo político teve características distintas (Salles, Ricardo, 2012). Ainda de acordo com Salles (2012), durante o período imperial, o jornalismo político no Brasil estava diretamente ligado aos interesses das elites dominantes, e os jornais serviam como instrumentos de disputa política e de defesa de determinados grupos ou ideologias. A imprensa desempenhou um papel importante na luta pela independência e na abolição da escravidão, por exemplo, mas também foi utilizada como veículo de propaganda e censura por parte do governo imperial.

Desde 1989, as eleições presidenciais brasileiras passaram por várias fases. Em 1989, primeira disputa presidencial por meio do voto direto dos eleitores após o fim da ditadura militar, se deu entre Lula e Fernando Collor (PRN) como protagonistas. Em 1994, a candidatura de Fernando Henrique Cardoso (PSDB) foi notória graças ao sucesso do Plano Real. Este enfoque se manteve em 1998, quando a reeleição de FHC foi contextualizada em meio às conquistas e desafios econômicos do país.

Em 2002, Luiz Inácio Lula da Silva (Lula) enfrentou José Serra do PSDB no segundo turno das eleições presidenciais e foi eleito presidente do Brasil, a cobertura se voltou para a figura de Lula, destacando sua evolução política e a Carta ao Povo Brasileiro. A eleição de 2006 centrou-se em questões políticas internas, com o escândalo do mensalão no pano de fundo. Ainda assim, Lula conseguiu sua reeleição. Lula concorreu ao segundo mandato e chegou ao segundo turno contra Geraldo Alckmin, também do PSDB. Apesar das turbulências geradas pelo escândalo do mensalão, Lula conseguiu se reeleger. Fernando Henrique Cardoso (FHC) foi eleito presidente do Brasil em 1994 e reeleito em 1998. Nas duas ocasiões, FHC venceu as eleições no primeiro turno.

Em 2010, a mídia acompanhou de perto a trajetória de Dilma Rousseff, candidata apoiada por Lula, e sua subsequente vitória tornou-a a primeira mulher a assumir a presidência do Brasil. Nas últimas duas eleições, o ambiente político estava carregado. Em 2014, a cobertura das eleições focou em temas como a economia estagnada, os protestos populares e as controvérsias políticas. Dilma Rousseff, embora reeleita, enfrentou um mandato e um impeachment como desfecho. Após quatro anos com Michel Temer no poder, em 2018, a polarização política atingiu seu ápice. A mídia retratou o cenário dividido: a prisão de Lula, a emergente figura de Jair Bolsonaro e os eventos da operação Lava Jato.

A cobertura das eleições diretas para a Presidência da República a partir de 1989 retoma a trajetória do jornalismo político iniciada no final do século XIX. Maurício de Lima (2019) exibiu em sua tese de pós-graduação que, com a Proclamação da República em 1889, houve um crescimento da imprensa e uma maior diversidade de periódicos políticos. Nesse período, surgiram jornais que representavam diferentes correntes políticas e ideológicas, como a imprensa operária, a imprensa liberal e a imprensa conservadora. Um pouco depois, com a promulgação da Constituição de 1946, houve uma retomada gradual das liberdades democráticas e do jornalismo político. A imprensa pôde exercer seu papel de fiscalizar o poder público e informar a população de maneira mais aberta e crítica. Contudo, esse período de redemocratização foi interrompido pelo golpe militar de 1964.

O jornalismo político brasileiro enfrentou um período de forte repressão e censura. De acordo com Fernando Molica (2005), em “Dez reportagens que abalaram a ditadura”, o autor revelou o fato que muitos jornais e jornalistas foram perseguidos, presos e exilados, e a imprensa foi controlada pelo regime militar, que utilizava a mídia como instrumento de propaganda e manipulação da informação. No entanto, apesar de sua maioria apoiar o golpe militar de 1964, mesmo em meio às restrições, alguns veículos de imprensa resistiram e mantiveram uma postura crítica em relação ao regime, denunciando abusos de poder e violações dos direitos humanos.

Com o processo de redemocratização, a partir da década de 1980, o jornalismo político no Brasil passou por transformações significativas. A Constituição de 1988 garantiu a liberdade de imprensa e o direito à informação, e surgiram novos veículos de comunicação, tanto impressos como digitais, que deram palco à diversidade e o acesso à informação política. A imprensa passou a ampliar o papel de fiscalização dos poderes Executivo,

Legislativo e Judiciário, investigando casos de corrupção, assim como é evidenciado no livro “Dez reportagens que abalaram a Ditadura” de Fernando Molica (2005).

Na atualidade, as estratégias de candidatos e partidos políticos são entrelaçadas por facilitar a entrada dos meios de comunicação na área política. Carl Schmitt (1979) diz que o conflito é uma das dimensões fundamentais para a democracia em um governo, em sua compreensão do conceito do político, especialmente o que avaliou como relação amigo-inimigo. Dessa forma, nas competições eleitorais, a oposição ou o adversário é sempre um sujeito político nefasto. Schmitt diz acerca de várias zonas de conflito nesse meio: candidatos x candidatos; candidatos lideranças amigas; candidatos lideranças inimigas; lideranças sejam estas amigas ou inimigas. No entanto, o jornalismo político no Brasil também enfrenta desafios e críticas. O surgimento das redes sociais e a disseminação de fake news, como aumento na circulação de desinformação, impactam o jornalismo político, levantando questões sobre a confiabilidade das fontes e a manipulação da informação.

METODOLOGIA

A metodologia de pesquisa adotada neste estudo tem por objetivo analisar as características qualitativa e quantitativa da presença dos candidatos Lula e Bolsonaro na primeira página (capa) dos principais jornais impressos brasileiros durante o período das eleições presidenciais de 2022. As capas foram classificadas em cinco categorias para a realização da análise. A primeira categoria é a manchete, que se refere ao principal tema da capa relacionado à campanha eleitoral. Nessa categoria, são destacados os candidatos mencionados no texto da manchete ou em materiais visuais presentes na capa.

Para Bazerman (2005, p. 38), as manchetes apresentam os acontecimentos e notícias mais importantes, sendo elaboradas em letras grandes e em negrito para atrair a atenção dos leitores que poderão querer ler mais a respeito. A data e o lugar indicam ao leitor de que lugar do mundo vem a notícia e isso só se tornou possível depois da criação do telégrafo e de outras formas de comunicação à distância, as quais transformaram o jornal em mais que um simples noticiário local. Vendo isso, é notório as regras dos jornais em mostrar as suas vitrines.

A segunda categoria é a de reportagens. Nela, são incluídos os textos publicados na primeira página dos jornais que abordam os candidatos para a Presidência da República, mesmo que não mencionam diretamente os candidatos nas chamadas Luiz Inácio Lula da Silva, Jair Bolsonaro, Tebet e Ciro, mas que será contabilizado se aparecerem nos textos da capa. As editorias são dispostas para trazer diversos temas com propostas diferentes e entre todas essas editorias em que o jornalismo, desde sempre, está atrelado, uma delas é a política. Tendo em vista as ideias de Beltrão (1969), para ele, esse tipo de nicho em jornais carrega uma fortíssima importância.

"A reportagem política – a que está indissolivelmente ligada à ação administrativa do poder público – é considerada como um serviço de orientação e informação fundamental para a imprensa, desde que diz respeito aos interesses transcendentais do Estado. Ao contrário dos demais setores, que se dirigem a um público mais ou menos limitado, o da informação político-administrativa interessa tanto aos políticos e homens de governo como às classes produtoras e trabalhadoras, aos profissionais liberais, aos intelectuais e artistas, aos universitários, enfim a todos

os homens e mulheres cujo sistema de vida depende, naturalmente, das linhas traçadas pela política do Governo"(Beltrão, 1969, p. 293-294)

A terceira categoria abrange colunistas e artigos. Nessa categoria, são analisados os textos opinativos sobre Lula, Bolsonaro, Tebet ou Ciro por colunistas e articulistas. A quarta categoria é de pesquisas eleitorais. Nessa categoria, serão identificados os textos de primeira página produzidos a partir de pesquisas eleitorais registradas no Tribunal Superior Eleitoral (TSE), como determina a legislação brasileira. A última categoria é o uso de fotos e infográficos. Nessa categoria, será analisado o uso de imagens, incluindo infográficos, nas primeiras páginas dos jornais. Será observado como os candidatos estão sendo retratados visualmente, se há uma inclinação positiva, negativa ou neutra em relação a eles, e como as imagens complementam os textos.

Ao examinar diferentes aspectos das primeiras páginas, como manchetes, reportagens, colunistas, pesquisas eleitorais e uso de imagens, é possível identificar tendências, enquadramentos e o direcionamento do debate público nesse período eleitoral. Para a análise da primeira página utilizei a Teoria do Enquadramento, que examina como a informação é moldada para influenciar a percepção do público. Em essência, a técnica envolve uma escolha deliberada para destacar certos aspectos de uma história, enquanto outros são minimizados ou omitidos. Scheufele (1999) argumenta que "a mídia não apenas relata a realidade, mas também a constrói por meio do enquadramento de representações visuais e contextuais". Na pesquisa, essa teoria foi inserida por palavras-chave como: Dinâmica Eleitoral, Estratégia e Movimentação Política, Temáticas e Valores e Desinformação e Fake News.

A análise do Discurso, que investiga as estruturas linguísticas e retóricas para compreender como significados e representações são construídos. O objetivo é entender como as mensagens são transmitidas, como os tópicos são destacados e como as escolhas linguísticas e visuais afetam a interpretação do conteúdo.

Os candidatos podem enfatizar determinadas questões de cunho de conteúdos jornalísticos. Para Laurence Bardin (1977), que a análise de discurso é uma abordagem acadêmica que investiga o uso da linguagem em diferentes contextos, as ideologias, crenças e poder são expressos e reforçados por meio da linguagem. A análise de discurso pode ser aplicada a diferentes tipos de discurso, como textos escritos, discursos orais, anúncios, notícias e muito mais. Além disso, esta pesquisa aborda o conceito de adversarismo político,

escrito pela autora Bezerra (2007), enfatiza a relação entre a noticiabilidade de indivíduos e temas na arena política e a competição política contínua. O conceito se baseia na teoria da poliarquia de Robert Dahl (1982), que destaca a institucionalização do conflito como uma dimensão fundamental dos sistemas democráticos, e nas ideias de Carl Schmitt, que explora a distinção amigo-inimigo no âmbito político. O autor argumenta que o adversarismo se traduz no antagonismo e no “amigo-inimigo”. O conceito reflete em uma batalha discursiva dentro da estrutura democrática e as ferramentas para superar os adversários estão circunscritas às regras eleitorais. Ao invés de eliminar fisicamente os opositores, eles são combatidos através da retórica, das manobras políticas e do voto popular. O adversarismo, ainda, é contínuo na política e facilita a entrada dos meios de comunicação, que nas competições eleitorais, a oposição é retratada como um sujeito político negativo (Bezerra, 2005).

Por fim, também foi feita uma revisão bibliográfica sobre jornalismo político e as características da primeira página dos jornais impressos.

A PRESENÇA DE LULA E BOLSONARO NA CAPA DOS JORNAIS

Neste capítulo serão analisadas as presenças de Lula, Bolsonaro, Tebet e Ciro na primeira página dos jornais O Globo, Valor Econômico, Folha de S.Paulo e O Estado de S. Paulo (Estadão) entre os dias 1 de julho e 31 de outubro de 2023. Foram analisadas 445 capas dos quatro veículos. A análise individual de cada veículo será apresentada na seguinte ordem: O Globo, Valor Econômico, Estadão e Folha de S.Paulo

O jornal O Globo foi o único que usou na primeira página charge para expor a opinião editorial. No total, há 68 textos, nove manchetes, 15 chamadas e 26 artigos de opinião no mês de julho. O jornal trouxe à tona uma cobertura política intensa e marcada por um viés crítico em relação ao governo do presidente Jair Bolsonaro, que foi mencionado em 44 títulos de chamada e/ou manchete na capa. Suas ações, declarações e posturas dominaram a cobertura. As eleições e debates, incluindo questões relacionadas à PEC Eleitoral - em que intensifica o uso de recurso público para alavancar campanhas - aparecem com 13 menções. Lula foi mencionado em nove títulos, alguns dos quais em um contexto positivo. Outros candidatos, como Simone Tebet (MDB) e Ciro Gomes (PDT), também aparecem, mas em menor escala (Tebet e Ciro - cinco e dois, respectivamente).

Para avaliar os enquadramentos, foi possível usar as palavras Dinâmica Eleitoral, Estratégia e Movimentação Política, Temáticas e Valores e Desinformação e Fake News. A pesquisa propõe o conceito de 'pacotes interpretativos', para determinar os enquadramentos predominantes. As imagens dos candidatos à presidência da República em 2022, adotaram uma abordagem qualitativa de análise de conteúdo. A teoria de enquadramento, ou "framing", refere-se à maneira como a mídia destaca e interpreta certos aspectos de uma realidade percebida. No conjunto de chamadas e manchetes fornecidas sobre Bolsonaro e outros aspectos da política brasileira, é possível identificar enquadramentos dominantes. Primeiramente, muitas chamadas são críticas ou questionadoras das ações e posturas do presidente Bolsonaro, como "Os vários golpes de Bolsonaro" e "Bolsonaro, o culto às armas e o desespero". Segundo, há um conjunto de chamadas que discutem ações e decisões governamentais, exemplificadas por "Governo para evitar novas mudanças na PEC" e "Governo incluirá até dois milhões de famílias no auxílio". Em terceiro lugar, as chamadas também abordam estratégias e posicionamentos eleitorais, como "Lula pessimista com economia em 2023" e "TSE e candidatos reagem a ataque de Bolsonaro à eleição". Além disso, outros políticos e partidos também são foco, destacando-se ações ou posições de

indivíduos como Lula e Ciro Gomes, e partidos como o PT e o MDB. Por último, há uma dimensão internacional e diplomática evidente em algumas chamadas, como a que cita o embaixador da Itália. Ao todo, essas chamadas oferecem uma rica tapeçaria de enquadramentos que ajudam a moldar a percepção pública sobre a política brasileira.

Olhando para o adversarismo, de acordo com Entman, R. M. (2012), a teoria explica que a mídia, ao abordar as questões políticas, muitas vezes posiciona os atores em oposição direta uns aos outros, criando um cenário de "nós contra eles". Esta abordagem tende a simplificar questões complexas em confrontos dualísticos e pode limitar a compreensão mais aprofundada de um tópico. As chamadas oferecem uma visão adversarial clara, principalmente entre os protagonistas Jair Bolsonaro e Lula. Por exemplo, as manchetes como "Bolsonaro mente ao menos sete vezes em podcast", "Bolsonaro paz e amor não deve durar" e "A misoginia de Bolsonaro" destacam uma visão crítica de Bolsonaro, enquanto "Lula acena com reformas" e "Lula pisca para a elite" exhibe manobras estratégicas de Lula. O adversarismo é evidente em chamadas que pintam ações ou reações diretas entre os atores políticos, como "Diante de Bolsonaro, Moraes exalta urnas" e "Bolsonaro insulta mulher em debate: Lula foge de Corru". Tais chamadas mostram uma representação direta de confronto entre as partes. A presença de outros candidatos e temas na campanha, como Ciro Gomes e Simone Tebet, sugere que a eleição não está apenas centrada no dualismo Bolsonaro-Lula, mas a predominância dessas duas figuras nas manchetes reforça a narrativa adversarial.

Foram exibidas três imagens no mês. Entre elas, duas figura de Jair Bolsonaro em reuniões decisivas. São elas: Bolsonaro em cerimônia no plenário do Senado com Rodrigo Pacheco e Paulo Guedes e Bolsonaro participam de posse de Daniella Marques na presidência da Caixa Econômica. A de maior destaque foi uma manchete em que Bolsonaro o TSE reagiu a ataques às eleições.

Figura 2 – Jair Bolsonaro fez ataques à lisura do sistema nacional brasileiro diante de 60 embaixadores

ALEGAÇÕES FALSAS

TSE e candidatos reagem a ataque de Bolsonaro à eleição

A embaixadores, presidente expõe teorias conspiratórias; Fachin rebate



Anfitrião. Bolsonaro recebeu diplomatas no Alvorada, onde discursou 50 minutos ao lado de painel com erro de grafia

ELEIÇÕES 2022 Em episódio sem precedentes, o presidente Jair Bolsonaro fez ataques infundados à lisura do sistema eleitoral brasileiro diante de 60 embaixadores e outros representantes de países convidados a comparecer ao Palácio da Alvorada. O gesto causou forte reação de ministros do Judiciário, líderes do Congresso e presidentes civis. O presidente do TSE, Edson Fachin, que recusara convite para ir ao evento, afirmou que é hora de dar um basta "à desinformação" e ao "populismo autoritário". O presidente do Senado, Rodrigo Pacheco, e os pré-candidatos Lula (PT), Ciro Gomes (PDT) e Simone Tebet (MDB) também criticaram a atitude de Bolsonaro, que pode ser acusado de uso indevido do cargo. **PÁGINA 4**

Em julho, o jornal O Globo apresentou na capa apenas fotos de Bolsonaro. A imagem da Figura 2 mostra o ex-presidente Jair Bolsonaro se encontrando com líderes como o presidente do Congresso Rodrigo Pacheco.

A Figura 3, abaixo, mostra a diferença de percentual entre reportagens e artigos de opinião no mês de julho em O Globo:

Figura 3 – Matérias das eleições de 2022 considerando os candidatos Lula, Bolsonaro, Tebet e Ciro.



Elaboração: Monique Del Rosso

No mês seguinte, agosto, na totalidade, foram publicadas 82 notícias, 23 textos de opinião com citações de Lula, Bolsonaro, Tebet e Ciro nas capas. A figura mais mencionada é o presidente Bolsonaro, com 32 chamadas, seguido de perto pelo ex-presidente Lula, que foi

citado 15 vezes. Outros políticos como Tebet e Ciro Gomes também foram lembrados, mas em uma quantidade significativamente menor. As eleições e debates foram enfatizados, com 9 menções.

As chamadas focaram em retratar a figura e ação política de Jair Bolsonaro, com enquadramentos que vão desde a representação de sua força política até críticas mais diretas à sua postura e ações, como: “Bolsonaro mente ao menos sete vezes em podcast” e “Com Bolsonaro, paz e amor não deve durar”. A Dinâmica Eleitoral refletiram na movimentação no cenário político-eleitoral, principalmente no que tange às escolhas e as estratégias dos candidatos, como: “A decisão de "Tebet ter Mara Gabrilli (PSDB) como vice" aponta para as decisões estratégicas dos candidatos. A chamada "Bolsonaro cancela ida" diz que o candidato fez uma mudança de última hora. Já a Estratégia e Movimentação Política, as matérias na capa, como "Nunes mostra força nas escolhas de Bolsonaro" destaca a influência de um indivíduo nas decisões do líder político. A. Temáticas e Valores: começou em "Bolsonaro tem transpirado muito medo", a postura do presidente em face de desafios ou adversários. A religião, muitas vezes um tema polarizador, ganhou destaque, como sugerido por "Religião esquenta". As declarações dos líderes, como "'Não existe fome no Brasil', afirma Bolsonaro", refletem em crenças. Como último tópico, a Desinformação e Fake News, a afirmação de que "Candidatos financiam fake news" é uma acusação, sugerindo que há atores no cenário político dispostos a disseminar desinformação para avançar suas agendas.

Outro ponto destacado é a sua relação com outros políticos e figuras públicas, por exemplo, “Candidatura de Damares divide Bolsonaro” e “Diante de Bolsonaro, Moraes exalta urnas”. Lula também é frequentemente citado, com matérias que apontam tanto para suas estratégias de campanha, como “Lula acena com reformas” e “Lula pisca para a elite”, quanto para críticas, como “Gafe de Lula sobre mulheres” e “Invasões do MST contradizem fala de Lula”. Há, também, uma série de chamadas que se concentram em aspectos da campanha eleitoral em si, com menções a estratégias de candidatos, como “Candidatos financiam fake news” e “Candidatos dão largada na campanha”, bem como a importância de tópicos específicos para esta campanha, como corrupção e religião, evidenciado por manchetes como “Ciro: foco em combate a corrupção” e “eleição tem recorde de candidatos ligados a religião”. As pesquisas e métricas de opinião, mencionadas como “DataFolha”, indicam uma avaliação constante do desempenho e percepção pública dos políticos, demonstrando que as pesquisas são fundamentais no contexto eleitoral brasileiro.

Após debates com os candidatos no Jornal Nacional (JN), abordagens diferentes foram feitas nas capas do jornal “O Globo”: Para Bolsonaro, a chamada foi direta em afirmar que o, até então, presidente proferiu inverdades (“mente”) sobre um tema específico (“urnas”). Usar a palavra “mente” tem um peso significativo, sugerindo que Bolsonaro não apenas estava errado, mas que possivelmente estava tentando enganar ou confundir o público. Lula foi melhor retratado, a chamada do candidato disse que Lula elogiou Alckmin e que essa ação foi uma tentativa de sinalizar para o eleitorado moderado. A frase “acena a eleitor moderado” implica uma estratégia política por parte de Lula. Ao elogiar Alckmin, que é tradicionalmente visto como uma figura política mais centrada, Lula tentou expandir sua base de apoio e, talvez, suavizar sua imagem. As figuras abaixo mostram as diferentes abordagens sobre Lula e Bolsonaro:

Figura 4 – Lula no Jornal Nacional

Com elogios a Alckmin, Lula acena a eleitor moderado e terceiriza erros

Ex-presidente diz que Bolsonaro ‘não manda nada’ e que orçamento secreto é ‘excrecência’

ELEIÇÕES 2022 O ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT) adotou tom moderado no Jornal Nacional e fez acenos ao eleitorado de centro. Questionado sobre a corrupção em seu governo, defendeu a transparência e a independência das investigações. Ao criticar a delação premiada, ele disse: “Você não pode dizer que não houve corrupção se as pessoas confessaram”. Lula elogiou o ex-tucano Geraldo Alckmin (PSB), seu companheiro de chapa, e a ex-presidente Dilma Rousseff (PT), embora tenha apontado erros do governo dela. Disse que o presidente Bolsonaro “não manda nada” e é refém do Centrão no orçamento secreto, que rotulou de “excrecência”. **PÁGINAS 4 e 6**



No JN. O petista em entrevista a William Bonner e Renata Vasconcellos: ele fez críticas à Operação Lava-Jato e evitou assumir compromisso de seguir lista tríplice para PGR caso eleito

Figura 5 – Bolsonaro no Jornal Nacional

No JN, Bolsonaro mente sobre urna e defende gestão da economia

Presidente condiciona aceitação de resultado à realização de eleições ‘limpas e transparentes’

ELEIÇÕES 2022 Na primeira das entrevistas da série do Jornal Nacional com candidatos, o presidente Jair Bolsonaro (PL) repetiu informações falsas sobre as urnas eletrônicas e condicionou sua aceitação do resultado das eleições a que estas sejam “limpas e transparentes”. Bolsonaro mentiu ao negar ter xingado ministros do Supremo Tribunal Federal (STF). O presidente defendeu a gestão da economia em seu governo, mas exagerou ao dizer que “os números estão fantásticos” e que o país tem deflação (a inflação acumulada em 12 meses é 10,07%). Sobre a pandemia, disse ter feito a sua parte e voltou a defender o tratamento com cloroquina, comprovadamente ineficaz. **PÁGINAS 4 e 5**



Ao vivo. O presidente Bolsonaro é entrevistado por Renata Vasconcellos e William Bonner nos Estúdios Globo

Ao longo deste mês, um padrão proposto pelo jornal foi a representação visual proeminente da candidata Simone Tebet. Simone deu sua opinião sobre o cenário político da época, as imagens que a acompanhavam nas principais mídias a destacaram de maneira particularmente favorável. Isso não apenas potencializou a mensagem que ela estava tentando

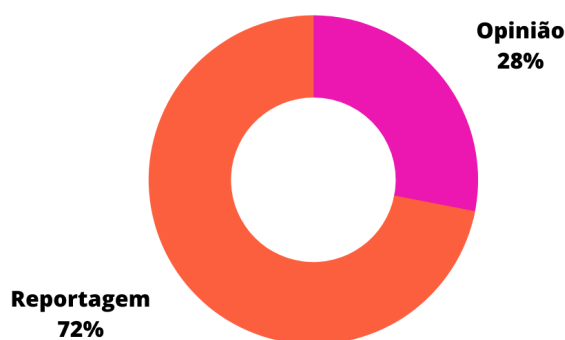
transmitir. A Figura 6 é um exemplo desse destaque positivo obtido pela candidata na primeira página de O Globo.

Figura 6 – Tebet se comprometendo com fim de reeleição



A figura abaixo mostra a diferença de percentual entre reportagens e artigos de opinião no mês de agosto:

Figura 7 – Matérias das eleições de 2022; comparativo entre reportagens e textos



Elaboração: Monique Del Rosso/ **Fonte:** Autora

Na véspera das eleições, em setembro, o jornal "O Globo" ofereceu uma cobertura menos opinativa e mais focada nos debates. Jair Bolsonaro foi à ONU discursar e Lula se ausentou do penúltimo debate na TV. Sobre os candidatos das eleições (81 matérias, 19 artigos de opinião). Com Jair Bolsonaro e Luiz Inácio Lula da Silva no centro do palco, a frequência com que seus nomes aparecem - 42 menções para Bolsonaro e 28 para Lula - destacaram presença dominante no debate público. No dia 25 de setembro, o jornal O Globo publicou "Força eleitoral de Bolsonaro diminui em 15 estados" e "Lula, ausente, e presidente viram alvo no penúltimo debate na TV".

Para examinar o enquadramento, ao observar as capas do mês de setembro, é preciso analisar alguns pontos. O primeiro são as questões pessoais e imagem pública de Bolsonaro. títulos como "Manchas no rosto de Bolsonaro", "Ficou difícil para Bolsonaro" e "Um Bolsonaro mudado não existe" sugerem um enfoque em aspectos, além de pessoais, físicos do candidato. Depois, conflitos e relações políticas: "Imagina explicar isso na favela", diz Ciro" e "Lula se encontra com Marina Silva" apontam para interações e relações entre diferentes figuras políticas, insinuando alianças, disputas ou discordâncias. Aspectos econômicos e de gestão também cabe, pois as matérias "Boas notícias na economia trarão votos a Bolsonaro" e "O que Lula fará com orçamento secreto" tocam em questões de gestão econômica, destacando suas implicações eleitorais e decisões administrativas. O último é o uso de eventos para fins políticos: "Bolsonaro faz de 7 de setembro um ato eleitoral" e "Bolsonaro faz discurso de campanha na ONU" ressaltam a instrumentalização de eventos importantes para propósitos eleitorais e políticos.

No cenário político, a polarização foi o fio condutor das narrativas, e isso é retratado através dos títulos das notícias. O confronto direto entre Lula e Bolsonaro, como evidenciado por títulos como "Lula e Bolsonaro duelam", sinaliza não apenas a competição eleitoral, mas também a colisão de ideologias e legados políticos. Esta rivalidade é amplificada por declarações e movimentos que colocam ambos os líderes em lados opostos do espectro político, fazendo com que o eleitorado se sinta compelido a escolher um lado.

Além disso, o adversarismo vai além da disputa entre candidatos. Bolsonaro é retratado com uma postura agressiva, como mostra algumas chamadas: "Bolsonaro volta a atacar jurídico" e "Hostilidade contra a imprensa define Bolsonaro". No meio dessa tempestade de adversarismo, críticas e acusações mútuas se tornam a ordem do dia. Frases

como "Bolsonaro e Lula elevam tom de ataque na TV" não apenas retratam um cenário político carregado.

Nas imagens presentes nas capas do mês, o único tema abordado foi debates e discursos, o mais representado foi Jair Bolsonaro, assim como representado a seguir:

Figura 8 – Jair Bolsonaro em discurso de campanha na ONU

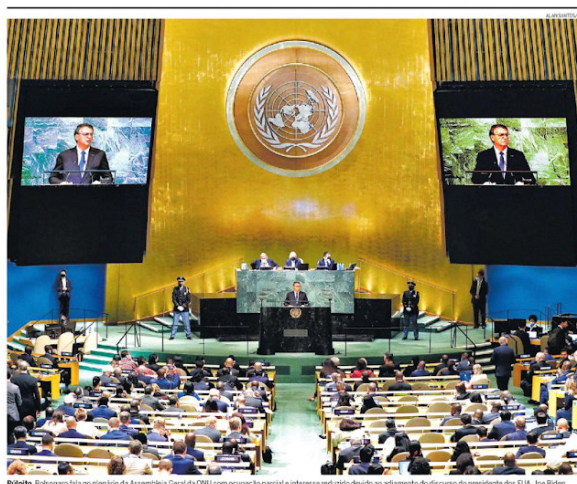
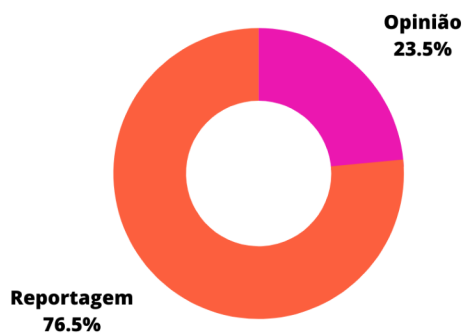


Foto: Alan Santos/PR

A figura abaixo mostra a diferença de percentual entre reportagens e artigos de opinião no mês de setembro de O Globo:

Figura 9 – Matérias das eleições de 2022; comparativo entre reportagens e textos



Elaboração: Monique Del Rosso / **Fonte:** Autora

Já no mês das eleições, em outubro, o jornal O Globo relatou a proximidade das eleições com 84 textos nas capas do jornal, sendo 61 reportagens e 23 artigos de opinião e cinco imagens. Com o empate no primeiro turno, dia 2, houve suspense em torno do segundo turno, onde Lula liderou com vantagem sobre Bolsonaro nas pesquisas do Datafolha. A disputa foi acirrada, e ambos os candidatos buscaram apoio de outros líderes políticos. As análises apontaram que Bolsonaro apareceu em 22 títulos na capa, 36 nos textos das matérias e Lula em 22 e 34, respectivamente. Bolsonaro apareceu em 16 colunas de opinião, enquanto Lula foi mencionado seis vezes e Tebet uma.

O início de Outubro (1-7) começou com uma atmosfera de incerteza nas eleições. Ao longo do mês, a tensa corrida presidencial se desenrolou como uma narrativa entrelaçada de política e poder, meticulosamente capturada nos títulos dos artigos das capas. As chamadas de primeira página delinearão uma rivalidade acirrada entre Lula e Bolsonaro, com a diferença numérica entre eles sublinhada repetidamente, acentuando a competitividade da eleição, promovida pelo xadrez político. Bolsonaro buscou influenciar a jurisprudência do país através do Supremo Tribunal Federal, enquanto Lula, numa dança política, buscou aliados como Ciro e Tebet no segundo turno. A temática religiosa imprimiu sua marca, com a "Guerra Santa" emergindo como uma figura dominante no discurso, culminando no emblemático encontro de Bolsonaro em Aparecida do Norte, em São Paulo, no dia 12 de outubro.

O enquadramento se resumiu em Dinâmica Eleitoral (1), Estratégia e Movimentação Política (2), Temáticas e Valores (3) e Desinformação e Fake News (4). A indefinição e o suspense sobre o resultado da eleição, a diferença de pontos entre Lula e Bolsonaro, o papel do voto útil e a luta por apoio de figuras políticas-chave emergem como tópicos recorrentes e configuram no tópico 1. Bolsonaro procurou influenciar o STF e queria consolidar apoios de governadores significativos, Lula configuram o tópico 2. Já no 3, a religião aparece como uma temática fundamental, especialmente com referências à "Guerra Santa" e ao encontro de Bolsonaro em Aparecida, a economia e a corrupção. Sobre influência e imagem, as figuras de Janja, esposa de Lula, e Michelle, esposa de Bolsonaro, são apresentadas como influentes nas campanhas. Também, a corrupção e a capacidade de ambos os candidatos de se relacionar com ela são discutidas, com ambos os candidatos tropeçando no tema em algum momento. A desinformação e fake news se mostraram presentes no mês, houve uma preocupação com a disseminação de desinformação, com o TSE tomando medidas para combater fake news.

A Figura 10 mostra o tema das fake news abordado pelo jornal O Globo em outubro:

Figura 10 – Manchete relacionada com Fake News nas eleições de 2022

ELEIÇÕES 2022

Vídeos banidos pelo TSE continuam a circular nas redes

Volume de fake news no segundo turno supera capacidade de controle do tribunal

Diante de um volume crescente de pedidos de remoção de fake news, o Tribunal Superior Eleitoral trava uma batalha contra a desinformação, diariamente driblada pelas campanhas e pelos aliados dos candidatos. Eles aproveitam a limitação da fiscalização e os prazos de cumprimento das decisões para acelerar, às vezes com modificações, o compartilhamento de postagens vedadas pela Justiça. O artifício é usado à direita e à esquerda. Proibidos, os conteúdos que associam o presidente Bolsonaro ao canibalismo e o ex-presidente Lula ao fechamento de igrejas seguem nas redes, com milhões de visualizações. **PÁGINA 4**

Figura 11 – Chamada relacionada com Fake News nas eleições de 2022

Pregação religiosa e fake news para furar a bolha lulista no Nordeste

Sermões de conotação política contra "quem quer fazer o diabo entrar na família" e fake news sobre aborto e até sobre banheiro unissex são armas usadas por aliados de Bolsonaro para empurrar sua candidatura no Nordeste, maior reduto de Lula. Viajando pela Bahia, por Alagoas, Pernambuco e Piauí, o repórter **EDUARDO GONÇALVES** presenciou culto em que o pastor disse que "o altar é 22". A conquista de jovens e de mulheres completa o tripé da estratégia do PL. **PÁGINA 4**

Figura 12 – Fake News nas eleições de 2022

ELEIÇÕES 2022

TSE encurta prazo para retirada de fake news do ar

Especialistas veem necessidade de rigor no combate à desinformação, mas temem interferência excessiva

O Tribunal Superior Eleitoral (TSE) aprovou resolução que amplia seus poderes para conter a disseminação de fake news e reforça instrumentos de controle da desinformação. Reduz-se o prazo para retirada de conteúdos falsos de plataformas e proíbe-se a veiculação de propaganda política nas redes 48 horas antes do pleito e nas 24 horas seguintes. O TSE concedeu direitos de resposta aos dois candidatos; como saldo, Lula (PT) pode ter até 19 minutos por dia no tempo de inserções de TV de Bolsonaro (PL). Especialistas veem necessidade de maior rigor no combate à desinformação, mas se preocupam com possível excesso de interferência judicial. **PÁGINAS 4+5**

No quadro das imagens, outubro foi o único mês do jornal O Globo que não apresentou charges e a religião foi o tema que mais prevaleceu, tanto para Lula quanto para Jair Bolsonaro. As fotos a seguir (Figuras 13 e 14) mostram momentos dos candidatos. Na primeira, Lula está em oração com menino em São Paulo e Michele, mulher de Jair Bolsonaro, apareceu com evangélica rezando. Na outra, Jair Bolsonaro se apresenta na Basílica de Nossa Senhora de Aparecida.

Figura 13 – Foto de Lula e Michele Bolsonaro



Figura 14 – Foto de Lula à esquerda comemorando e, ao lado, Bolsonaro na igreja de da Conceição em São Paulo



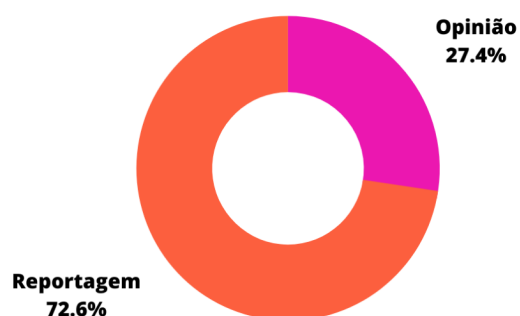
Em questão de emoção dos candidatos nas imagens, Jair Bolsonaro foi retratado de uma forma mais séria e mais impessoal com o seu eleitorado. Já Lula, de uma forma mais “povão” e descontraído, como representado na foto abaixo:

Figura 15 – Foto de Lula com o ex-presidente Henrique Cardoso e Bolsonaro em entrevista com o apresentador de TV Datena.



A figura abaixo mostra a diferença de percentual entre reportagens e artigos de opinião no mês de outubro:

Figura 16 – Matérias das eleições de 2022; comparativo entre reportagens e textos



Elaboração: Monique Del Rosso / **Fonte:** Autora

Artigos de Opinião

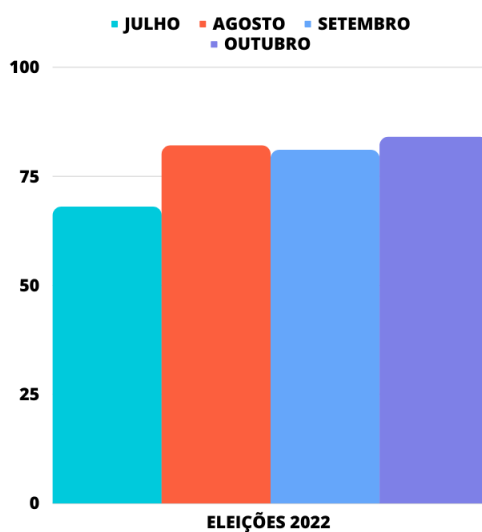
Comparando as opiniões dos colunistas no início do período de eleição nas capas do jornal e no final, no primeiro mês, Míriam Leitão trouxe um estudo dos "vários golpes de Bolsonaro", explorando as decisões e posturas controversas adotadas pelo ex-presidente durante seu mandato. No último mês, Míriam e Elio Gaspari ofereceram visões parecidas sobre o país, apontando para a polarização política e a necessidade de respeitar as instituições democráticas. Lauro Jardim, por sua vez, destacou as expectativas do PT em relação à PEC Eleitoral, indicando a complexa dinâmica política envolvendo a proposta. Jardim publicou no mês das eleições reflexões e um olhar aguçado. O autor abordou somente Jair Bolsonaro nos temas das campanhas eleitorais. Os textos foram: “Bolsonaro quer mais quatro ministros do STF”, “Bolsonaro pegou o PT de salto alto e Doações” e “olho com olho de Bolsonaro”

A colunista Dorrit Harazim apresentou críticas ao presidente Bolsonaro, comparando Jair Bolsonaro a um "lixão humano", o que evidencia uma avaliação negativa de sua postura. Em outubro, Dorrit Harazim explorou um olhar mais neutro, o tema da guerra política e as tensões entre os candidatos e seus apoiadores, como em “Pode escolher o futuro do país é um privilégio”. Além disso, o jornal trouxe à tona a visão crítica do colunista Bernardo Mello, ao apontar que Bolsonaro detesta livros, sugerindo possíveis implicações em sua abordagem em relação à educação e à cultura. Quase nas urnas, os textos do autor apresentam temas como o enfraquecimento do voto útil nas eleições, as tensões e estratégias do presidente Bolsonaro em busca da reeleição, além de explorar a polarização política e a influência da religião na disputa eleitoral. Mello também destacou as medidas controversas do governo e os desafios enfrentados pelos candidatos em suas campanhas

Já o colunista Miguel de Almeida abordou os gritos de "fora Bolsonaro" no Rock in Rio, em Lisboa, dando destaque à impopularidade do presidente em algumas situações. O colunista Pedro Dória escreveu seus artigos de opinião em outubro, trazendo discussão sobre a importância de se preservar os princípios democráticos mesmo após o primeiro turno.

Durante os quatro meses do jornal, podemos ver a quantidade de reportagens e artigos fornecidos. Como exceção o mês de setembro - que caiu um pouco nos conteúdos da capa - com um crescimento gradual, o O Globo apresentou temas cada vez mais específicos e criteriosos sobre os candidatos. A figura abaixo mostra a diferença de quantidade de reportagens e artigos de opinião no mês de julho até outubro no jornal:

Figura 17 – Comparativo entre os meses de julho até outubro nas eleições de 2022



Elaboração: Monique Del Rosso / **Fonte:** Autora

VALOR ECONÔMICO

Com o menor número de conteúdo sobre as eleições nas capas do jornal impresso, com um total de 76 matérias nas capas (seja em artigo de opinião, texto das chamadas das capas ou chamadas) sobre os candidatos à presidência de 2022 e nenhuma imagem sobre eles até setembro. O jornal Valor Econômico começou no dia 14 do mês, com apenas seis textos em julho, cinco somente sobre Bolsonaro e uma pesquisa Datafolha. Sem viés parcial e colunas, com a teoria do enquadramento é possível destacar algumas matérias. Entre elas: "Risco político é ameaça à privatização de refinarias" pode ser enquadrada economicamente. Outras manchetes são: "Bolsonaro ataca STF e marca ato para setembro", ilustram um enquadramento conflituoso entre os poderes Executivo e Judiciário.

Figura 18 – Manchete negativa sobre Jair Bolsonaro na capa de julho no Valor Econômico

Bolsonaro ataca STF e marca ato para setembro

Aconselhado a não polemizar com o Judiciário nem questionar as urnas eletrônicas, presidente fugiu do script da equipe de campanha ao chamar ministros das Cortes de “surdos de capa preta”

25/07/2022 05h00 — Em Impresso

Cada enquadramento oferece um prisma específico, direcionando como o público deve entender e se sentir em relação à notícia. Quando faltavam menos de 90 dias da eleição presidencial, dúvidas quanto à continuidade do processo de venda em um eventual governo Lula e também em relação à postura intervencionista de Jair Bolsonaro. Na teoria do adversarismo, aqui, o antagonismo é entre a agenda política e as iniciativas de mercado, sugerindo que há forças políticas que podem obstaculizar os movimentos econômicos. "Pacheco e Fachin rebatem ataque às urnas por Bolsonaro": neste título, o enfrentamento entre figuras políticas e judiciárias contra o presidente, indicando uma disputa no cenário político. "PF investiga fraudes na Codevasf", apesar de não aparecer no título, a notícia mostrou que a estatal Codevasf foi comandada por nomes do Centrão, grupo que faz parte da base de apoio do presidente Jair Bolsonaro no Congresso. A confrontação aqui é menos implícita, sugerindo uma possível corrupção ou irregularidade que a Polícia Federal. Ainda sem foco nos candidatos, a matéria "PGR e Casa Civil defendem o voto eletrônico" cita o nome de Jair Bolsonaro apenas por Augusto Aras ter sido cobrado de ir a uma reunião de Bolsonaro. "Bolsonaro ataca STF e marca ato para setembro": novamente, uma representação do embate entre o executivo e o judiciário, além de implicar uma mobilização de apoiadores contra o STF. Os conteúdos que levantam estatísticas e pesquisas eleitorais, como: "Datafolha mostra cenário estável na eleição ao Planalto", embora mais neutros, ainda sugerem um cenário de competição, com partidos e candidatos em uma corrida pelo Planalto.

Em agosto, o Valor apresentou, na primeira página, 14 chamadas sobre a eleição presidencial, 14 citando Bolsonaro (8 somente ele), cinco Lula (uma só dele), duas Tebet, três Ciro (uma citando somente ele) e quatro matérias com dois ou mais candidatos (8+1+1+4). Para a análise do enquadramento, alguns pontos-chaves são imprescindíveis. O primeiro tópico aborda a inflação dos alimentos, evidenciando o impacto socioeconômico sobre a população, particularmente sobre os mais vulneráveis. Ao ligar esse fator à popularidade de Bolsonaro, o enquadramento aponta que as decisões ou a falta de intervenção eficaz do governo têm efeitos diretos sobre o dia a dia dos cidadãos. A menção a Nunes

Marques, ministro do Supremo Tribunal Federal do Brasil, expõe Bolsonaro como alguém que busca garantias no STJ, sugerindo uma possível preocupação com o cenário pós-eleitoral. Os conflitos aparecem por meio de manifestações em defesa da democracia que apontam para a percepção de ameaça ao sistema democrático brasileiro, originada, segundo a narrativa, por declarações e posturas do presidente. Como ponto negativo para Bolsonaro, a sequência que envolve a Petrobras e os preços do combustível apresenta uma dinâmica de reação de Bolsonaro às críticas, usando a estatal e a política de preços como mecanismos de resposta às pressões e críticas no cenário eleitoral. As pesquisas eleitorais mostram um panorama em que Bolsonaro encontra-se atrás de Lula. Isso é reforçado pelo próprio presidente ao mencionar condições para aceitar os resultados das eleições, sinalizando desconfiança e fomentando dúvidas sobre a integridade do processo.

Em setembro, o jornal "Valor Econômico" apresentou 15 textos de capa com uma cobertura limitada de notícias. As chamadas das capas apresentadas indicam um cenário eleitoral no Brasil com foco principalmente na disputa entre Lula e Bolsonaro. Os debates se destacam pela troca de acusações entre os candidatos, principalmente sobre corrupção, o que pode influenciar a decisão de votos. "Datafolha traz Lula com 45% após debate e Bolsonaro, 32%". Várias pesquisas, como Datafolha e Ipec, mostraram Lula à frente nas intenções de voto, com percentuais variando entre 44% e 48%, enquanto Bolsonaro apareceu com porcentagens que oscilam entre 31% e 33%. A Dinâmica Eleitoral apareceu em chamadas e deu pela Intenção de votos e popularidade e debate eleitoral. Ambas as pesquisas (Datafolha e Ipec) indicavam que Lula liderava as intenções de voto, oscilando entre 45% e 48%. Bolsonaro aparece em segundo, com índices entre 31% e 33%. Com isso, houve uma tendência de que a eleição iria para a disputa ao segundo turno, embora Lula estivesse no limite para uma possível vitória no primeiro. Além disso, mesmo que em quantidades mínimas, o jornal apresentou o adversarismo entre candidatos, assim como é representado na figura 18.

Figura 19 – Imagem de Jair Bolsonaro em setembro no Valor Econômico



Nas Estratégia e Movimentação Política, presentes em seis chamadas, o comportamento de Bolsonaro teve foi envolto de ataques a Lula em diferentes situações, como em “Bolsonaro ataca Lula na ONU e exalta economia”, em que o candidato a presidente confraternizou com militantes. Bolsonaro também utilizou-se de estratégias como a aceleração de pagamentos de emendas e desbloqueio de verbas governamentais, possivelmente para garantir apoio político. No quadro Custos de Campanha, a campanha de Lula foi a mais cara, ou seja, uma estratégia robusta e bem-financiada. Outro é a economia e gastos, a menção do teto e a fala de Bolsonaro sobre economia na ONU. Bolsonaro pediu votos explicitamente em um comício, algo que é vedado pela Lei Eleitoral. Ainda mais negativo, Jair Bolsonaro reforçou discurso machista, no momento em que tentou melhorar sua popularidade entre as mulheres, o candidato entoou coro de “imbrochável” e sugeriu que “homens solteiros se casem com princesas”. Após isso, Jair Bolsonaro foi a Londres para o funeral da rainha Elizabeth II já era, ontem à noite, objeto de três representações no Tribunal Superior Eleitoral (TSE), mas foi longe de ser bom para a sua campanha A chamada do jornal destacou o abuso de poder econômico, político e de autoridade.

Enquanto Lula consistentemente liderou as pesquisas de intenção de votos. Nas capas cobertura mostra um confronto dinâmico, com acusações mútuas de corrupção, e Bolsonaro fazendo ataques, tanto em território nacional quanto em fóruns internacionais. As chamadas indicam desequilíbrios, como diferenças no financiamento de campanha e o uso potencial de recursos estatais para vantagem eleitoral.

A figura abaixo mostra os candidatos na capa do dia 30 de setembro no jornal Valor Econômico

Figura 20 – Primeira representação em imagem de Lula, Bolsonaro, Tebet e Ciro no Valor Econômico

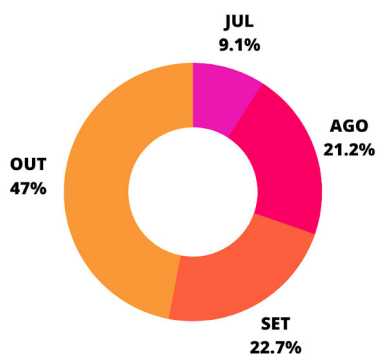
The image shows the front page of the newspaper 'Valor Econômico' dated September 30, 2022. The main headline is 'Abstenções e voto útil vão definir rumo da disputa' (Abstentions and useful vote will define the direction of the race). Other headlines include 'No debate, troca de acusações sobre corrupção' (In the debate, exchange of accusations about corruption), 'SP reproduz polarização nacional' (SP reproduces national polarization), and 'União Brasil tem o maior número de favoritos' (União Brasil has the highest number of favorites). The page features portraits of Lula, Bolsonaro, Tebet, and Ciro, along with various news snippets and a 'Destaque' section.

Em outubro, 31 matérias nas capas. Bolsonaro somente não aparece em duas delas, são elas: “Lula descarta antecipar nome de ministro (Candidato tem sido cobrado por setores econômicos a anunciar seu ministro da Fazenda)” e “Lula é eleito (É a primeira vez que um político se elege para um terceiro mandato no país)”. Já Lula, não aparece em nove. Os títulos indicam que o Valor Econômico empregou vários quadros narrativos nas capas ao longo do mês. A polarização pode ser vista graças à corrida presidencial entre Lula e Bolsonaro, uma batalha entre duas figuras dominantes da política brasileira.

A estratégia foi evidente, pois os títulos destacam as manobras táticas dos dois candidatos, tentando consolidar bases eleitorais específicas, Bolsonaro buscando apoio em Minas Gerais e Lula tentando ganhar o eleitorado evangélico. Na teoria do adversarismo, Lula vs. Bolsonaro é o tema central. Os títulos (sendo eles chamadas ou manchetes) retratam a eleição como um duelo direto entre os dois. Exemplos incluem comparações percentuais nas pesquisas e descrições de apoios que cada candidato recebe. Há uma clara ênfase nas tentativas dos candidatos de formar alianças. A menção a Lula recebendo apoio do PDT e Bolsonaro consolidando apoio de diversos governadores mostrou a importância das alianças e o cenário adversário no qual se formam. "Campanha de Bolsonaro tenta conter ‘crise do salário mínimo’" e "TSE arquiva ação sobre propaganda de Bolsonaro" alinham desafios internos e controvérsias que ambos os candidatos enfrentaram, representando um aspecto do adversarismo não apenas entre candidatos, mas também dentro de suas próprias campanhas e partidos.

O jornal Valor Econômico apresentou um crescimento gradual de acordo com os meses. A figura abaixo mostra a quantidade de matérias do jornal Valor Econômico de Jul-Out de 2022.

Figura 21– Matérias nas capas do jornal Valor Econômico nas eleições de 2022



Elaboração: Monique Del Rosso / **Fonte:** Autora

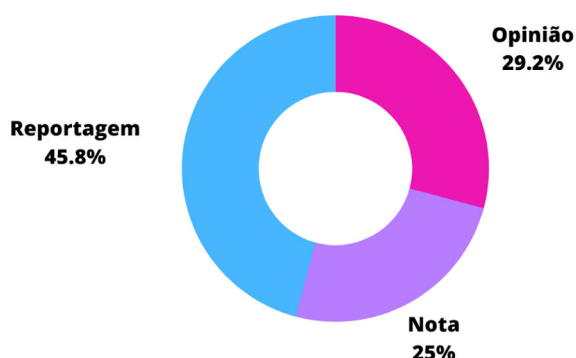
ESTADÃO

Em julho, o Estadão publicou 29 chamadas de capa relacionadas com os candidatos à Presidência da República. Não houve manchetes para Lula, muito menos Tebet e Ciro nas notícias nas capas do mês de julho no jornal Estadão. Já Bolsonaro saiu em apenas duas manchetes: “Sem provas, Bolsonaro ataca urna” e “Bolsonaro ataca STF e convoca para atos de 7 de setembro”. Também há cinco chamadas para Bolsonaro e oito textos de chamada e cinco notas. Lula tem três chamadas e dois textos de chamadas. Os outros candidatos tiveram duas chamadas: uma de Ciro e uma para Tebet. O jornal exibiu uma predominância de enquadramentos negativos em relação ao presidente Bolsonaro. Títulos em artigos de opiniões como "Bolsonaro é show de horror", "Bolsonaro sozinho com o seu golpe", e "Bolsonaro desonra o Brasil" não apenas posiciona o presidente de uma forma degradante, mas também reforçam uma narrativa de ação isolada, irresponsabilidade e desconexão com os valores nacionais. Do outro lado da moeda, os títulos como "Lula avalia repetir o modelo", "Lula é o PT, Anitta", pois a cantora atuou a estrela petista no bumbum e logo após foi ao seu Twitter falar que não era petista, e "Lula avança em negociação" conferem ao ex-presidente Lula um papel de estrategista, alguém que avalia e planeja, enquanto também o associa à cultura popular com a menção a Anitta. Outras chamadas na capa, como: "Sistema eleitoral é modelo

para o mundo" e "Sem provas, Bolsonaro ataca as urnas" apresentam uma defesa do sistema eleitoral brasileiro, contrapondo-se à alegada deslegitimação por parte de Bolsonaro. A aparição de outros candidatos, como Ciro e Tebet, também molda o enredo, mas com menos frequência e gravidade. "Agora candidato, Ciro deseja acabar com orçamento secreto" e "Aliados querem uma mulher como vice de Tebet" mostram Ciro como alguém que busca mudanças e Tebet como uma figura que pode representar uma renovação, especialmente no contexto de representação de gênero.

A Figura 20 mostra a quantidade de matérias nas capas do jornal Estadão em julho

Figura 22 – Matérias nas capas do Estadão, em julho, nas eleições de 2022



Elaboração: Monique Del Rosso / **Fonte:** autora

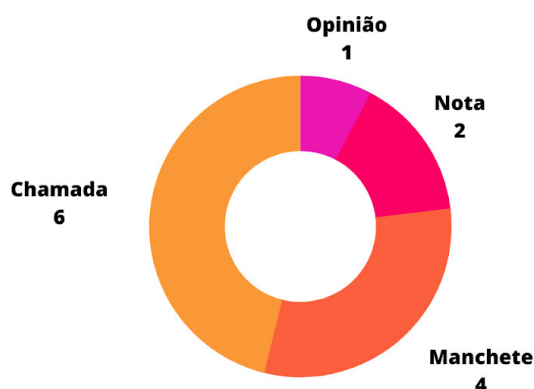
No mês seguinte, agosto, o Estadão apresentou 32 citações de Bolsonaro (oito textos de manchete, quatro manchetes, seis manchetes, duas notas e um artigo de opinião). Lula, por outro lado, apareceu em 21 (11 textos de manchete, duas manchetes, quatro chamadas, uma nota e três artigos de opinião). Tebet e Ciro receberam três (duas chamadas e um artigo de opinião) e sete (duas manchetes e cinco textos de manchetes) publicações, respectivamente.

Analisando as manchetes fornecidas sob a luz das teorias de enquadramento e adversarismo, é possível identificar padrões distintos e recorrentes na forma como os eventos e personagens são retratados pelo Estadão. "A rejeição feminina a Bolsonaro" não apenas

informa sobre a rejeição, mas também destaca especificamente o segmento feminino, dando um foco específico para a notícia. "A pobreza de Bolsonaro", que, ao utilizar a palavra "pobreza", pode insinuar não apenas uma condição econômica, mas também uma deficiência moral ou política. Chamadas como "Religião sobe ao palanque" e "Governo a quatro mãos por votos não petistas" são moldadas para dar destaque a determinados aspectos dos eventos, direcionando a atenção do leitor para uma interpretação específica.

A teoria do adversarismo é claramente evidente em diversas manchetes e chamadas. "A guerra de Bolsonaro" e "Bolsonaro vira alvo por ataques" são exemplos que colocam o presidente em uma postura combativa ou na defensiva. Isso cria uma narrativa de conflito, seja com outros políticos, instituições ou com segmentos específicos da sociedade. Títulos como "Ciro e Simone diminuem chance de vitória de Lula" ou "Tebet diz que MST puxou o tapete de sua candidatura" destacam rivalidades e confrontos, potencializando a atmosfera de embate político. Manchetes como "Bolsonaro ignora prazos de respostas" e "Na TV, Bolsonaro critica urnas" ressaltam a postura desafiadora e, por vezes, controvertida do presidente, alimentando a perspectiva de antagonismo. A Figura 21 mostra a quantidade de matérias nas capas do jornal Estadão em agosto

Figura 23 – Comparação das capas do Estadão, em agosto, nas eleições de 2022



Elaboração: Monique Del Rosso / Fonte: Autora

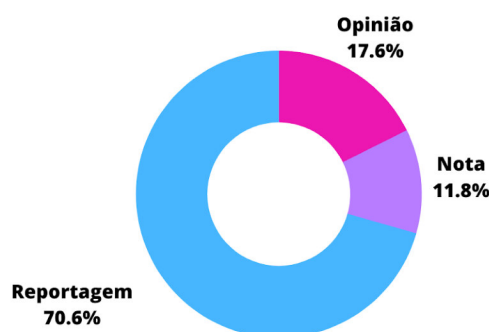
Já em setembro, de 62 matérias sobre os candidatos, houveram 42 textos dispersos pela capa sobre Jair Bolsonaro (24 textos de chamadas, oito manchetes, sete chamadas, cinco notas e seis artigos de opinião). Do outro lado, Lula apareceu sete textos de manchetes, quatro

manchetes, oito chamadas, três notas e seis artigos de opinião. Simone Tebet e Ciro tiveram três e duas chamadas, respectivamente. Conforme o Estadão mostra, a teoria do enquadramento concentra-se em aspectos particulares, moldando a narrativa para destacar implicações políticas ou econômicas, como em: “Na proposta de orçamento, Auxílio Brasil vira de 600 para 405” e “Bolsonaro ignora sessão solene pelo bicentenário”. “O efeito provocado pelo 7 de setembro?” não apenas transmite um evento, mas também oferece uma interpretação, sugerindo que as ações do dia da independência do Brasil não tiveram impacto significativo. Da mesma forma, chamadas como “Bolsonaro envergonha país no Bicentenário (nota)”, “Ofensiva de Bolsonaro no limite (artigo de opinião)” e “O Brasil totalitário e o voto de Lula (artigo de opinião)” são claros exemplos de enquadramento, influenciando a percepção do leitor sobre os personagens e os eventos associados a eles.

A polarização e o antagonismo são destacados em algumas chamadas, amplificando as tensões e conflitos no cenário político brasileiro. “Bolsonaro deve explicações”, “Lula evita disputar ruas no feriado” e “Ciro vincula PT ao fascismo” são claras da teoria do adversarismo, pois apresenta personagens em posições de confronto ou defesa. “Bolsonaro vê ganhos no 7/9”, “Tebet critica Lula”, e “Bolsonaro faz ofensiva para tentar desacreditar pesquisas” sublinham a natureza combativa de suas respectivas figuras políticas.

A figura exibe a quantidade de matérias do jornal Estadão no mês de setembro

Figura 24 – Matérias nas capas do jornal Estadão nas eleições de 2022



Elaboração: Monique Del Rosso / **Fonte:** Autora

Entre o primeiro dia de outubro até o dia 31, 35 matérias relacionadas a Jair Messias Bolsonaro foram publicadas (7 manchetes, 18 chamadas, 5 notas e cinco artigos de opinião).

Lula apresentou 39 (seis manchetes, nove chamadas, cinco notas, oito artigos de opinião e nove textos que o candidato não aparece no título). Simone Tebet cinco, duas manchetes e somente um artigo de opinião relacionado ao presidente Lula e Ciro Gomes foi mencionado em quatro textos de chamadas. O enquadramento majoritário foi o de conflito, como em: "Presidenciáveis buscam no sudeste (Lula e Bolsonaro)", "Ataques múltiplos de Lula e Bolsonaro superam debate", "Último debate tem alta agressividade e falta de proposta de governo". Também, há o enquadramento econômico: "Bolsonaro antecipa pagamento de Auxílio Família; Lula busca o centro", "Promessa de Bolsonaro terá impacto no tesouro de 160 bilhões de reais" e "Promessas de Lula custarão 150 bilhões". Agora, a moral está presente nas matérias "Vilipêndio da democracia (Bolsonaro avança na manipulação da fé)", "Igreja católica vai a centro de embate eleitoral (Lula e Bolsonaro)" e "Lula divulga carta a evangélicos". Por último, responsabilidade, identidade, poder e saúde: "Para Lula, governar será o mais difícil", "Nordestinos são alvos de ataques nas redes após apoiar Lula", "Lula e Bolsonaro, um STF para chamar de seu" e "Em debate, Bolsonaro resalta corrupção e Lula destaca mortes na pandemia", respectivamente.

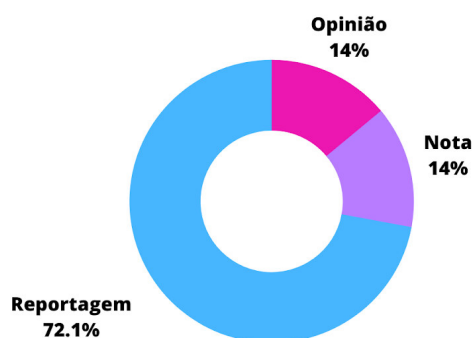
Chamadas que evidenciam a busca por domínio territorial, como a procura por apoio no Sudeste, bem como títulos que demonstram a tentativa de Bolsonaro de reverter a liderança de Lula ilustram esse cenário de oposição. A mídia não apenas reporta essa rivalidade, mas frequentemente coloca os dois líderes em destaque, exacerbando a sensação de confronto. No entanto, o adversarismo não se restringe apenas à competição entre os candidatos. Ele permeia suas estratégias e ações políticas. As capas mostraram que, enquanto Lula se concentra em temas como a regulamentação da mídia, Bolsonaro procura ganhar terreno antecipando benefícios como o Auxílio Família. E com cada ação, surge uma enxurrada de análises e opiniões que, muitas vezes, têm o efeito de polarizar ainda mais a opinião pública.

A propósito da opinião pública, ela se encontra dividida, com sentimentos de raiva e desconfiança em relação a ambos os candidatos, conforme evidenciado por títulos que questionam o perigo de um segundo mandato de Bolsonaro ou que discutem a rejeição de Lula no agronegócio. Essas avaliações, muitas vezes, vão além da mera reportagem e se posicionam no âmbito da opinião e interpretação, demonstrando a complexidade do ambiente político e midiático. Uma das arenas mais contenciosas dessa eleição tem sido a da informação. Com o aumento das fake news e desinformação, a mídia e as instituições têm se esforçado para controlar e regular o fluxo de informações. Títulos referentes às decisões do

TSE sobre fake news ou a reações e contestações a essas decisões judiciais refletem a natureza combativa do cenário atual.

A Figura 23 a quantidade de matérias do jornal Estadão no mês de outubro

Figura 25– Matérias nas capas do jornal Estadão nas eleições de 2022



Elaboração: Monique Del Rosso / **Fonte:** Autora

FOLHA DE S.PAULO

Durante o mês de julho, a Folha de S.Paulo publicou 21 chamadas de Bolsonaro e 12 manchetes. Lula, apesar de não aparecer nas manchetes, a não ser pelo Datafolha, teve 12 chamadas. Os textos que apresentam os dois sem mencioná-los nos títulos contam 28 e nove, respectivamente. Dentre as capas, há 11 manchetes que aparecem Jair Bolsonaro e nenhuma com o candidato Lula. Os conflitos foram frequentes e muitos dos títulos apontaram para um confronto, seja entre Bolsonaro e o sistema judiciário ("Fachin dá 5 dias a Bolsonaro", "Judiciário teme que Bolsonaro use 7/9 para insuflar a base"), entre Bolsonaro e Lula ("Lula e Bolsonaro terão duopólio"), ou entre Bolsonaro e outras instituições ou grupos ("Artistas contra Bolsonaro").

A desinformação e a disseminação de notícias falsas são problemáticas significativas de acordo com este jornal também: "Bolsonaro mente sobre urnas (manchete)", "Bolsonaristas recuperam críticas de Lula sobre as urnas (chamada)", "Bolsonaro diz que fará de urnas (chamada)", "Contestação de urnas eletrônicas (bolsonaro)" e "Bolsonaro hoje é líder

descartável (Opinião)". A dinâmica política refletida nos títulos mostram um cenário com questões como a integridade das urnas eletrônicas e o posicionamento político e valores de Bolsonaro e Lula em destaque. A menção frequente de urnas e alegações de falsidade indicam que as notícias falsas ou informações imprecisas podem estar desempenhando um papel significativo na narrativa eleitoral. As imagens abaixo mostram como o jornal retratou os dois candidatos no mês.

Figura 26 - Lula participa de ato de campanha em Recife

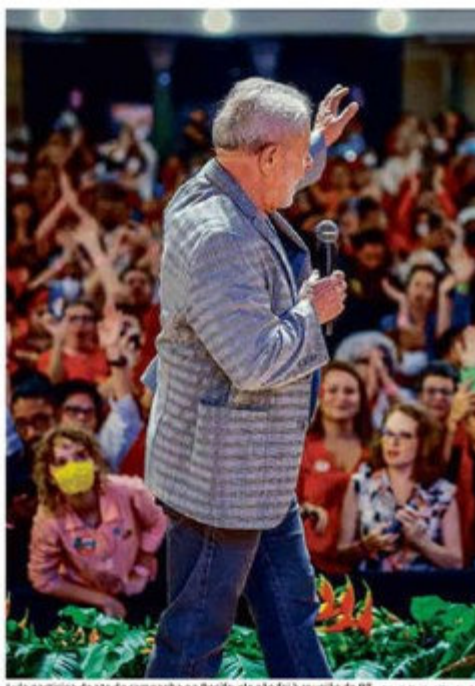


Figura 27: Bolsonaro em ato de campanha



Já em agosto 75 matérias. O enquadramento desses meses resumiu-se à seleção, os textos das capas apresentam frequentemente os nomes "Bolsonaro" e "Lula". No entanto, a maneira como são apresentados varia. Por exemplo, "Bolsonaro mente sobre urnas" e "Lula admite desvio da Petrobrás" realçam aspectos não favoráveis em momentos de campanha. A construção se baseou na repetição de certas narrativas, como "Bolsonaro ataca STF" ou "Lula critica presidente". Variedade de Enquadramentos: A diversidade das manchetes reflete diferentes enquadramentos. Enquanto algumas manchetes focam nas polêmicas, como "Bolsonaro insulta mulher em debate", outras se concentram em questões mais amplas, como "Brasil será isolado" ou "Explode número de armas". Essa variedade sugere que um único evento ou figura pode ser interpretado de diversas maneiras. O principal, sem dúvidas, é o conflito. A competição está presente no "DataFolha".

A maioria das chamadas e manchetes centraliza-se em um conflito binário, onde o público é levado a escolher um lado em detrimento do outro. Há uma prevalência de manchetes que atribuem ações ou características negativas a esses líderes. São elas: "Bolsonaro mente sobre urnas", "Bolsonaro insulta mulher em debate" ou "Lula admite desvio da Petrobrás". Já em "Bolsonaro ataca STF" indica uma narrativa de confronto não apenas entre indivíduos, mas entre instituições. Algumas manchetes pintam um cenário de ameaça iminente ou crise. Termos como "Bomba", "Implode", "Golpe" e "Ameaças".

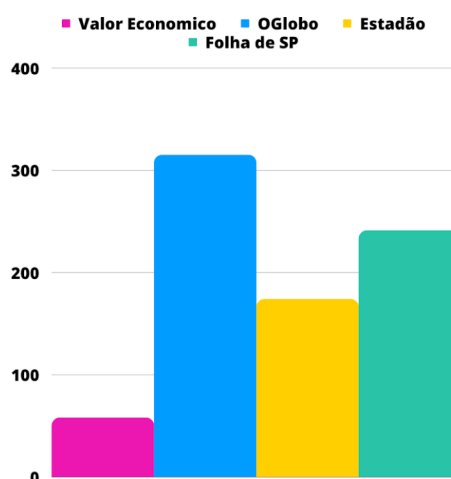
Em setembro, o jornal "Folha de S.Paulo" publicou 57 matérias nas capas dos jornais, as notícias abordavam as propostas do presidente Bolsonaro, incluindo o aumento do Auxílio Emergencial e seu confronto com o candidato Ciro Gomes. A campanha eleitoral também esteve em foco, com ataques entre petistas e bolsonaristas. Pesquisas eleitorais indicaram os índices de aprovação dos candidatos.

Já no mês de outubro, tiveram 58 matérias nas capas sobre os candidatos, 16 matérias sobre as eleições, 6 textos sobre os seus apoiadores e 9 fotos. A Folha de S.Paulo ofereceu atenção a diferentes aspectos políticos e sociais. A cobertura política foi mais ampla, abordou diferentes aspectos do cenário eleitoral, além de temas sociais e econômicos relevantes. Bolsonaro e Lula foram os principais focos, mas outros presidenciáveis também receberam destaque.

Análise comparativa das primeiras páginas

Durante o período das eleições, que compreendem os meses de julho até outubro, os principais jornais brasileiros, como a Folha de S.Paulo, Estadão, Valor Econômico e O Globo, publicaram um total de 445 capas de jornais impressos, abordando assuntos políticos, eleitorais e sociais. Referente aos candidatos às eleições de 2022, 241 menções da Folha de S.Paulo, 172 do Estadão, apenas 76 do Valor Econômico e 315 do jornal O Globo. A Figura 26 mostra a quantidade de matérias dos quatro jornais

Figura 28 – comparativo entre Folha de S.Paulo, Estadão, Valor Econômico e O Globo

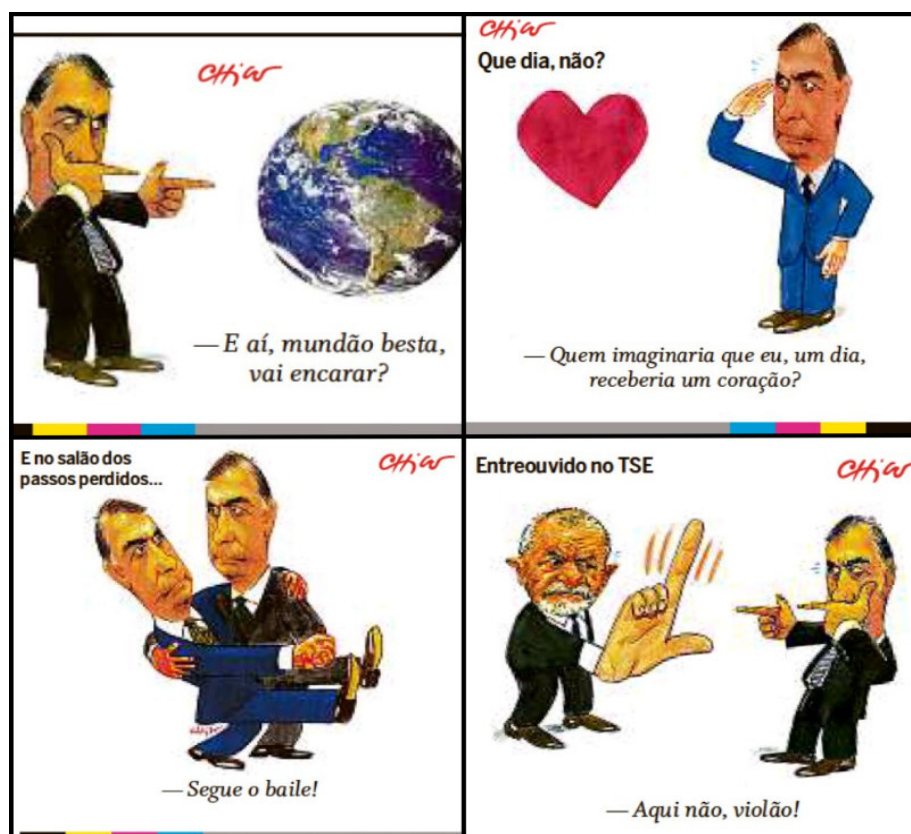


Elaboração: Monique Del Rosso / **Fonte:** Autora

As chamadas ofereceram uma ampla cobertura da campanha presidencial, debates, pesquisas eleitorais, propostas dos candidatos, estratégias políticas e diversos aspectos relacionados ao cenário político do país. Essa quantidade de matérias proporciona uma fonte de informação rica e abrangente para os leitores acompanharem e se envolverem no processo democrático. Os resultados revelaram um cenário complexo e multifacetado. Os jornais adotaram diferentes enquadramentos para os candidatos, refletindo suas inclinações políticas e editoriais. A polarização política do país também se fez presente nas chamadas e nos textos opinativos, com cada jornal apresentando nuances distintas na abordagem dos

acontecimentos. Enquanto o candidato Luiz Inácio Lula da Silva era frequentemente retratado como um líder carismático e experiente, suas críticas e polêmicas também foram evidenciadas em algumas capas. Por outro lado, Jair Bolsonaro era representado como uma figura controversa, com foco em suas decisões e declarações impactantes, muitas vezes negativas. A Figura 27 pode ser visto como um exemplo da parcialidade do jornal O Globo através de suas charges

Figura 29 – Bolsonaro e Lula sendo retratados nas capas dos jornais do O Globo



As fotografias, apesar de serem exibidas poucas quantidades, desempenharam um bom papel na narrativa, com as imagens dos candidatos em momentos-chave da campanha ocupando espaços expressivos nas capas dos jornais. A seleção de fotos foi decisiva na construção da imagem pública de cada candidato. A imagem exibe um exemplo de gota em que retrataram os quatro candidatos à presidência.

Figura 30 – Bolsonaro, Lula, Tebet e Ciro na capa



Durante as eleições presidenciais de 2022, observaram-se abordagens nos jornais brasileiros em relação à cobertura política. O jornal O Globo foi mais massivo em seu conteúdo político, com um total de 315 matérias, sobre o tema da pesquisa, na capa do impresso, abordando diversos aspectos das campanhas dos candidatos. Por outro lado, o Valor Econômico deu menos destaque aos candidatos, com apenas 58 matérias sobre o tema, sendo que nenhuma delas tinha cunho opinativo. O Estadão apresentou uma média de seis artigos por mês, oferecendo uma cobertura mais equilibrada. Já a Folha de São Paulo, ficou em segundo lugar em massividade com 241 matérias, foco em notícias.

CONCLUSÃO

Na época das eleições de 2022, um dos desafios enfrentados pelo jornalismo político foi a polarização ideológica. O país viveu um clima político bastante polarizado, o que muitas vezes refletiu nas abordagens e posicionamentos adotados pelos veículos de comunicação. Ao comparar os quatro veículos de comunicação (O Globo, Valor Econômico, Estadão e Folha de S.Paulo) em relação à cobertura política durante o período eleitoral, algumas diferenças podem ser notadas.

Os quatro veículos apresentaram uma cobertura política intensa durante o período eleitoral, com enfoque nas eleições presidenciais, mas de formas diferentes. Sem dúvidas, o jornal O Globo deu maior ênfase à cobertura sobre o presidente Jair Bolsonaro e se destacou por ter uma abordagem mais crítica em relação ao governo do presidente Jair Bolsonaro, enquanto a Folha de S.Paulo adotou uma abordagem mais equilibrada, buscando apresentar diferentes perspectivas sobre os candidatos e suas políticas. O Valor Econômico concentrou-se mais em temas econômicos, como inflação, orçamento e política monetária. O Estadão apresentou uma cobertura variada, refletindo a polarização política do país e apresentando diferentes pontos de vista.

A cobertura das eleições de 2022 por "O Globo" mostraram a complexidade e a diversidade do cenário político brasileiro, com a predominância de Bolsonaro e Lula nas manchetes. O "O Globo" exibiu uma postura muito crítica em relação ao ex-presidente Bolsonaro, um dualismo enfatizado entre Bolsonaro e Lula, e uma representação visual muito completa para ajudar na percepção pública. A notável predominância deste dualismo nas manchetes ocultou a presença de outros candidatos, potencialmente limitando o espectro de escolhas percebido pelo eleitorado. Ao mesmo tempo, é nítido que não houve mudança no tom da cobertura à medida que as eleições se aproximavam.

O jornal "Valor Econômico", ao longo dos meses mencionados, demonstrou um padrão distinto de cobertura das eleições de 2022 em comparação a outras publicações mais mainstream. A quantidade reduzida de conteúdo visual dos candidatos e a ênfase nas chamadas de capa focadas nos desenvolvimentos políticos e econômicos indicam uma abordagem mais sóbria e menos sensacionalista. O "Valor Econômico" focou em seus enquadramentos na intersecção entre economia, política e os impactos sociais, consistentemente realçando a interligação entre as ações dos políticos e as implicações

econômicas. A decisão de abordar menos o aspecto visual na cobertura das eleições pode ter sido tanto um movimento editorial como uma tentativa de se distanciar da emotividade que imagens poderosas podem incitar. Ao invés disso, o jornal optou por um caminho mais textual, informativo e menos analítico.

A análise das matérias do jornal Estadão nas capas referentes aos meses de julho a outubro de 2022, revelam um panorama que parece, não permanece imune ao ambiente de rivalidade que caracteriza a política brasileira contemporânea, principalmente quando se trata das figuras de Jair Bolsonaro e Luiz Inácio Lula da Silva. A presença de outros candidatos, como Ciro Gomes e Simone Tebet, embora menos proeminente, oferece uma pausa ocasional na narrativa binária de Lula x Bolsonaro. No entanto, as suas aparições, em comparação com os dois líderes principais, são mais escassas e, muitas vezes, ligadas ao contexto da corrida entre Bolsonaro e Lula. A política é retratada não apenas como uma arena de decisões e propostas, mas também de desentendimentos e até hostilidades.

A cobertura do jornal "Folha de S.Paulo" durante os meses em análise mostra um retrato dinâmico, o jornal dedicou uma atenção significativa aos dois principais candidatos, Jair Bolsonaro e Lula, principalmente pelos seus conflitos. A prevalência de enquadramentos conflituosos nas manchetes insinua que o jornalismo desempenhou um papel em amplificar as tensões do cenário político. A repetição de narrativas reforçou a ideia de que a mídia, ao selecionar e priorizar determinados eventos ou declarações, pode moldar a percepção pública sobre figuras políticas e questões relevantes.

REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

- BAKER, C. E. Implications of rival visions of electoral campaigns. In: BENNETT, W.
- BAZERMAN, C. Gêneros textuais, tipificação e interação. São Paulo: Cortez, 2005
- BARDIN, L. Análise de conteúdo. Lisboa edições.
- BEZERRA, Heloisa Dias. Mídia e política. Goiânia: Editora da UCG, 2007.
- BELTRÃO, Luiz. A imprensa informativa, São Paulo: Folco Masucci, 1969.
- BIELEFELDT, Heiner. Carl Schmitt's critique of liberalism. In: DYZENHAUS, David. Law as politics: Carl Schmitt's critique of liberalism. Durham: Duke University Press, 1998.
- DAHL, R. A. Dilemmas of pluralist democracy: Autonomy vs. Control. New Haven, CT, USA: Yale University Press, 1983.
- ENTMAN, R. "Framing: toward clarification of a fractured paradigm". Journal of Communication, vol. 43, n° 4, p. 51-58.
- GASKELL, G. and Bauer, M.W. (Eds.) 2000. Biotechnology 1996 –2000: The Years of Controversy. London: Science Museum Press.
- LIMA, M. C. A. O. Meu caro amigo Oliveira Lima”: O jornalismo como moeda de troca no final do século XIX. [s.l: s.n.].
- MOLINA, FERNANDO. Dez reportagens que abalaram a Ditadura. 2005. ed. [S. l.]: Record, 2005. 322 p. ISBN 8501071749.
- SALLES, R. H. O Império do Brasil no contexto do século XIX. Escravidão nacional, classe senhorial e intelectuais na formação do Estado. Almanack, n. 4, p. 5–45, 2012.
- SCHEUFELE, D.A. Framing as a theory of media effects. Journal of Communication, New York, v. 49, n. 1, p. 103-122, mar. 1999.
- SEABRA, R. Jornalismo Politico: Teoria, Historia E Tecnicas. [s.l.] Editora Record, 2006.
- SILVA, Beatriz Maia Guimarães da. Veja e o Dossiê dos Gastos FHC: os enquadramentos de um escândalo político midiático. Universidade Estadual de São Paulo, 2008. Disponível em: http://www.pucsp.br/compolitica/internas/pdfs/beatriz_maia.pdf. Acesso em: 11 agosto. 2023.
- WATTENBERG, M. P. The decline of American political parties, 1952-1996. Cambridge (MA): Harvard University Press, 1998.