

---

## “O herói perseguido: uma análise das narrativas de reivindicação de antagonismo à Rede Globo dos principais candidatos presidenciais brasileiros de 2022 no X”<sup>1</sup>

Claudio Emanuel Knupp RODRIGUES<sup>2</sup>

Marcia Perencin TONDATO<sup>3</sup>

Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, SP

### RESUMO

O trabalho explora como os principais candidatos à presidência do Brasil em 2022 utilizam narrativas para construir um antagonismo à Rede Globo, em busca de uma imagem heroica. A pesquisa emprega análise de narrativa e teorias estruturalistas de Roland Barthes, analisando postagens no X (antigo Twitter) e revela que ambos os candidatos, apesar de ideologicamente opostos, empregam estratégias narrativas similares para retratar-se como vítimas da mídia, apontando para uma dinâmica comum de perseguição por parte da Rede Globo. Essa abordagem é relevante por destacar o uso de estruturas narrativas na construção da identidade pública dos políticos.

### PALAVRAS-CHAVE

Narrativas políticas; Estruturalismo; Eleições 2022; Mídia e política; Rede Globo

### INTRODUÇÃO

Este estudo investiga como os principais candidatos à presidência do Brasil em 2022 utilizam seus perfis na rede social X (antigo Twitter) para construir uma narrativa de perseguição pela Rede Globo. Utilizando da ótica estruturalista baseada principalmente nas teorias de análise de narrativa de Roland Barthes, o estudo foi motivado pela observação da narrativa comum de perseguição pela Rede Globo, compartilhada pelos dois candidatos, que apesar de ideologicamente distintos, reivindicam imagem semelhante. Destacando uma faceta significativa da política recente para entender esta dinâmica e deixando espaço para futuros estudos focar nas consequências dessas estratégias na percepção pública.

A identificação de narrativas comuns em lados opostos traz interesse para acadêmicos e profissionais de comunicação e ciência política, pois esta compreensão permite analisar a construção da identidade dos políticos e, posteriormente, entender como essas estratégias influenciam o eleitorado, ajudando a discernir como personagens

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Políticas e Estratégias de Comunicação, 24º Encontro dos Grupos de Pesquisa da Intercom, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestrando do PPGCom ESPM-SP, bolsista Prosup taxa (CAPES) - email: rodrigues.claudio@acad.espm.br

<sup>3</sup> Docente titular do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Consumo da Escola Superior de Propaganda e Marketing – ESPM SP, email: mtondato@espm.br

políticos "heroicos" surgem e são mantidos através da escolha do "inimigo" comum, além de explicar o uso da Globo neste papel.

Ainda pelo prisma do consumo midiático, vale ressaltar que seguidores de redes sociais, frequentemente isolados dentro de bolhas ideológicas, podem não notar que ambos os lados empregam estratégias narrativas semelhantes.

## CONTEXTO

As eleições brasileiras de 2022 foram marcadas pela continuidade da polarização iniciada em 2018, influenciada pelos eventos jurídicos e políticos envolvendo figuras como Lula e Bolsonaro. Esta divisão se aprofundou com a libertação de Lula e a anulação de suas condenações pelo Supremo Tribunal Federal, permitindo que ele participasse das eleições de 2022. Nunes e Traumann (2023) destacam que a polarização no Brasil se estendia à formação de identidades baseadas na lealdade ou aversão a figuras políticas específicas.

Além de outros conteúdos, as postagens dos candidatos revelaram a reivindicação de antagonismo contra a Rede Globo como uma recorrente narrativa comum, no período de 2019 a 2022, quando foram identificados mais de vinte conteúdos de cada candidato, conforme mostrados na Tabela 1<sup>4</sup> que quantifica as menções à Globo.

Tabela 1 – Números de publicações dos candidatos a respeito das empresas do Grupo Globo entre 2019 e 2022

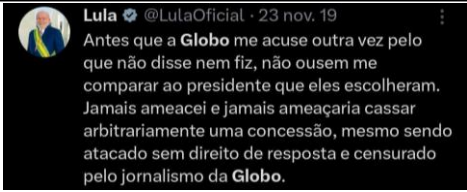
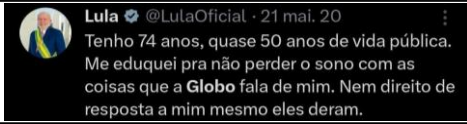
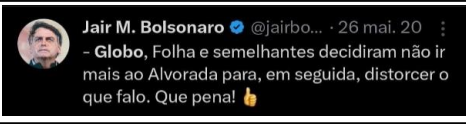
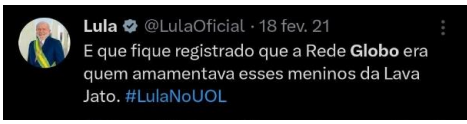
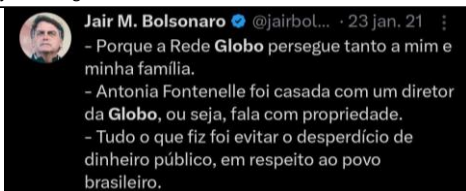
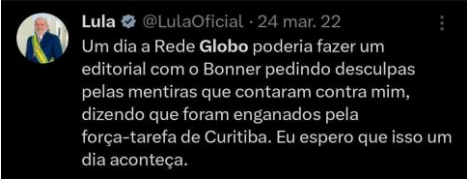
Variáveis	@jairbolsonaro	@LulaOficial
Quantidade de Posts com menção ao Grupo Globo no período	25	22

Fonte: elaborado pelo autor.

Apesar do volume de *posts* identificado, comparamos quatro de cada na Tabela 2, sendo pelo menos um por ano e intervalo máximo dois meses entre os candidatos, demonstrando a recorrência do tema e que as reivindicações não se baseavam em eventos extraordinários, mas uma constante em suas comunicações.

Tabela 2 – Exemplos de algumas publicações dos candidatos a respeito das empresas do Grupo Globo entre 2019 e 2022

<sup>4</sup> Por uma limitação de espaço, não foi possível reproduzir no artigo a tabela com a tabulação de todos os posts publicados pelos candidatos no período analisado. Uma síntese destes dados encontra-se na Tabela 1 e 2 dispostas ao longo do texto. As informações detalhadas estão disponíveis em Apêndice, com um quadro que informa o teor de todos os posts (ver Rodrigues, 2024)

	@LulaOficial	Data	@jairbolsonaro	Data
2019		23/11		20/12
Link	<a href="https://twitter.com/LulaOficial/status/1198248164081442816?t=ZzgBoaZTEa_kh-GE3f6jAg&amp;s=19">https://twitter.com/LulaOficial/status/1198248164081442816?t=ZzgBoaZTEa_kh-GE3f6jAg&amp;s=19</a>		<a href="https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1208037204649484293?t=JNnlEDF9am7ahViJ86L0SA&amp;s=19">https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1208037204649484293?t=JNnlEDF9am7ahViJ86L0SA&amp;s=19</a>	
2020		21/5		26/5
Link	<a href="https://twitter.com/LulaOficial/status/1263580621449736192?t=wZEUyjjFpMXZ9Hc8YEpJ4Q&amp;s=19">https://twitter.com/LulaOficial/status/1263580621449736192?t=wZEUyjjFpMXZ9Hc8YEpJ4Q&amp;s=19</a>		<a href="https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1265452995858358272?t=djMkXEKisgmi2AvKrabzQw&amp;s=19">https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1265452995858358272?t=djMkXEKisgmi2AvKrabzQw&amp;s=19</a>	
2021		18/2		23/1
Link	<a href="https://twitter.com/LulaOficial/status/1362411551748198408?t=SOdrutvLNldrOy5kuML9bw&amp;s=19">https://twitter.com/LulaOficial/status/1362411551748198408?t=SOdrutvLNldrOy5kuML9bw&amp;s=19</a>		<a href="https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1352942785020780544?t=z2_C6QoOvWQR463Es6pAw&amp;s=19">https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1352942785020780544?t=z2_C6QoOvWQR463Es6pAw&amp;s=19</a>	
2022		24/3		16/1
Link	<a href="https://twitter.com/LulaOficial/status/1506962567239020544?t=cG8JU5QVTD69yfb01bmTDg&amp;s=19">https://twitter.com/LulaOficial/status/1506962567239020544?t=cG8JU5QVTD69yfb01bmTDg&amp;s=19</a>		<a href="https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1482838772387569669?t=_ahE2hh3Bztg7ywnbq_6ug&amp;s=19">https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1482838772387569669?t=_ahE2hh3Bztg7ywnbq_6ug&amp;s=19</a>	

Fonte: elaborado pelo autor

Em 23 de novembro de 2019, Lula criticou a Globo em seu perfil @LulaOficial, acusando-a de ataque e censura. Enquanto Bolsonaro, pelo perfil @jairbolsonaro, em 20 de dezembro, lamentou que a empresa só mencionava seu nome em contextos negativos. Em 2020, Lula afirmou em 21 de maio que não perdia o sono pelo que a emissora falava dele, enquanto Bolsonaro, em 26 de maio, acusava a Globo de distorcer suas falas. Em 2021, Bolsonaro questionou em 23 de janeiro por que o Grupo perseguiu sua família, e em 18 de fevereiro, Lula afirmava que a Globo que “amamentava” a Lava Jato. Já em 2022, Bolsonaro afirmou em 16 de janeiro que a Globo o culpava pela inflação, enquanto Lula, em 24 de março, postou que esperava que a Rede eventualmente fizesse um editorial se desculpando pelas mentiras sobre ele.

Contando com a prática de capturas de tela das postagens que faz o conteúdo do X alcançar além do público original, estendendo-o para outras redes e aplicativos de mensagens, conforme explicam Hayat e Samuel-Azran (2017), tais mensagens encontram terreno propício para sua disseminação junto à militância.

Durante os protestos de 2013 e cobertura da Operação Lava Jato, por exemplo, a Globo sofreu críticas da “esquerda”. Manifestantes acusam a emissora de minimizar os protestos, uma postura que mudou após a intensificação dos atos, refletindo uma variedade mais ampla de questões levantadas, como discutido por Sôlha (2013). Sobre a Lava Jato, a representação visual, mostrando no jornal uma animação dinheiro fluindo por um duto sujo (Figura 1), exemplifica a crítica da esquerda a emissora, além de chamar a empresa de golpista pela cobertura do processo de impeachment de Dilma Rousseff.



Figura 1 – Cenário Virtual do Jornal Nacional durante as reportagens sobre a Operação Lava Jato  
Fonte: Globoplay, Jornal Nacional, 2019

A “direita” também critica a Globo, que durante o mandato de Bolsonaro frequentemente se referia a emissora como "Globo Lixo" (Figura 2), especialmente na cobertura da pandemia de Covid-19. Essas questões influenciaram a opinião pública e conforme Fernandes e outros (2021), e Seibt (2021), situaram a empresa como voz relevante na informação sobre a pandemia e crítica à resposta do governo à crise.

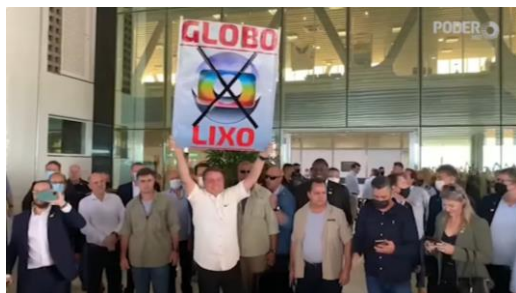


Figura 2 – Bolsonaro levanta cartaz com a frase "Globo lixo"  
Fonte: Poder360, 2021

## **PELA LÓGICA ESTRUTURALISTA TODO HERÓI PEDE UM VILÃO**

Roland Barthes (1972) sugere que a narrativa, estruturada universalmente pela linguagem, permeia todas as culturas e persiste ao longo do tempo, citando os estudos de Claude Lévi-Strauss em mitos culturais que corroboram isso, mostrando estruturas comuns e trazendo Vladimir Propp e Tzvetan Todorov para aprofundar essa ideia ao examinar "funções" narrativas, como unidades que alicerçam e conectam elementos de

---

uma história, evidenciando a importância dessas estruturas para a formação das narrativas. Em campanhas políticas as declarações são estrategicamente posicionadas como funções— elementos que avançam a trama ou elucidam características do 'herói' político. As funções podem ser "núcleos", que desenvolvem a narrativa, ou "catálises", que fornecem detalhes e contexto sem mudar o curso da história. Barthes (1972) diz que estas funções são essenciais para a progressão e compreensão da narrativa.

A partir desses conceitos Campbell (1949) e Vogler (2006) enfatizam a importância do antagonista na jornada do herói. No cenário político, os adversários são posicionados como vilões essenciais, cuja presença justifica e enaltece as qualidades heroicas. Eco (2011) afirma que a construção de um inimigo clarifica a identidade e valores, servindo como um catalisador para a ação e a empatia do público.

Fiorin (2014) apresenta elementos retóricos de Aristóteles empregados para moldar a percepção pública. O ethos apela à credibilidade, o pathos ao emocional e o logos à lógica do argumento, todos essenciais para persuadir e engajar o eleitorado.

Por fim, a narrativa política, conforme Bruzzone (2021), é eficaz na mobilização das massas ao estruturar a narrativa em torno do povo, do inimigo e do líder. O líder posiciona-se como protetor do povo, combatendo as ameaças representadas pelo inimigo construído. Este modelo não só reforça a posição do herói, como promove unidade e coesão entre os seguidores, tornando a narrativa política uma ferramenta para tentar direcionar a opinião pública. Sendo tão importante para esta construção, o papel de antagonista encontra na Globo as características necessárias para adesão a este personagem.

## **A GLOBO COMO VILÃ**

A Rede Globo se envolve em diversos eventos políticos do Brasil, interagindo com governos ao longo das décadas. A relação da empresa com a política é notória desde o período militar (1964-1985), quando estabeleceu laços estreitos com o governo. Joseph Straubhaar (2017) observa que a Globo foi cooperativa com o regime, desempenhando papel significativo no cenário midiático brasileiro. Herz (1991), por sua vez, critica o grupo por usar sua influência para moldar a opinião pública e apoiar o regime, enquanto expandia operações para outras áreas de mídia, como rádios e revistas.

A postura da Globo em eventos-chave, como as campanhas das "Diretas Já" em 1984 e 1985, e durante as eleições de 1989, por suposto favorecimento a Fernando Collor

durante a edição de um debate presidencial, revelado pelo site Memória Globo (2021) também foram alvo de críticas. No processo de impeachment de Collor em 1992, a cobertura da Globo focou nas manifestações dos "caras-pintadas" e levantou questões sobre o papel da mídia na política. Ali Kamel (2006), enquanto diretor executivo da empresa, defendeu a imparcialidade da emissora, afirmando que o compromisso da redação com a correção e isenção, independente de implicações políticas.

Os "Princípios editoriais do Grupo Globo" reafirmam compromisso com a independência, apartidarismo e prática de jornalismo isento. A empresa afirma não ser influenciada por governos, igrejas, grupos econômicos ou partidos, mas que está comprometida com valores democráticos fundamentais.

O histórico de interações com a política mostra como a Globo, embora buscando manter a imagem de imparcial, tem sido percebida como um agente de conduta questionável. A recorrência de críticas e polêmicas serve como uma ferramenta retórica para políticos que buscam afirmar, segundo uma lógica aristotélica básica de silogismo, que "se a Globo errou várias vezes em sua história e me persegue, então ela está errada novamente e eu estou correto."

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A análise das estratégias narrativas dos candidatos à presidência do Brasil em 2022 revela uma tendência de representar a Rede Globo como adversária e esta escolha destaca a influência da emissora no contexto midiático do país, especialmente considerando seu papel em períodos políticos conturbados. Ao afirmar a Globo como inimiga, os candidatos buscam se posicionar contra uma entidade vista como poderosa, o que pode mobilizar o eleitorado e reforçar a identidade política de apoiadores, apresentando a dinâmica eleitoral como um confronto entre forças opostas.

Esta representação da Globo atravessa diversas esferas, incluindo a religiosa, com os conteúdos da emissora sendo frequentemente julgados sob a ótica do moralismo. A narrativa de perseguição simplifica questões políticas complexas, facilitando ao candidato a exploração do conflito direto entre "bem" e "mal".

Estudos adicionais podem explorar como são absorvidas pelo público e se afetam suas decisões. Compreender essas dinâmicas permite avaliar suas implicações para a democracia do país e entender a maturidade da recepção do público a conteúdos midiáticos, elucidando efeitos das narrativas político-midiáticas na sociedade brasileira.

---

## REFERÊNCIAS

BARTHES, Roland et al. **Análise estrutural da narrativa**: pesquisas semiológicas. 2. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1972.

BRUZZONE, Andrés. **Ciberpopulismo**: política e democracia no mundo digital. São Paulo: Contexto, 2021.

ECO, Umberto. **Construir o inimigo e outros escritos ocasionais**. São Paulo: Record, 2021.

CAMPBELL, Joseph. **O herói de mil faces**. São Paulo: Pensamento, 1949.

Equipe do Centro de Estudos de Opinião Pública - CESOP/Unicamp. A eleição de 2022 segundo as pesquisas de intenção de voto. In: AVRITZER, Leonardo; BRAGATTO, Rachel Callai; SANTANA, Eliara (org.). **Eleições 2022 e a reconstrução da democracia no país**. Belo Horizonte: Autentica, 2023

FIORIN, José Luiz. Semiótica política. In: STRONGOLI; Maria Thereza Q. G (org.). **A (des)construção da Identidade Política**. Discurso e Imaginário. São Paulo: Paulistana, 2014.

Globoplay: Jornal Nacional – “Lava Jato tem fase conduzida em Portugal para investigar operador” veiculado em 17 de out. de 2019. Disponível em:  
<https://globoplay.globo.com/v/7044227/>. Acesso em: 04 mar. 2024

HAYAT, T.; SAMUEL-AZRAN, T. “You too, Second Screeners?” Second Screeners’ Echo Chambers During the 2016 U.S. Elections Primaries, *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 61:2, 291-308, 2017. DOI: 10.1080/08838151.2017.1309417

HERZ, Daniel. A história secreta da Rede Globo. Porto Alegre: Ortiz, 1991.

KAMEL, Ali. TV Globo contesta Carta Capital. Observatório da Imprensa, 2006. Disponível em:  
<<https://www.observatoriodaimprensa.com.br/jornal-de-debates/tv-globo-contesta-cartacapital/>>. Acesso em: 20 abr. 2024

Memória Globo. Caso Time-Life – 2021. Disponível em:  
<https://memoriaglobo.globo.com/acusacoes-falsas/caso-time-life/noticia/caso-time-life.ghtml>. Acesso em: 20 abr. 2024.

Memória Globo. Apoio ao golpe de 64 foi um erro. Disponível em:  
<https://memoria.oglobo.globo.com/erros-e-acusacoes-falsas/apoio-ao-golpe-de-64-foi-um-erro-12695226>. Acesso em: 20 abr. 2024.

Memória Globo. Debate Collor x Lula – 2021. Disponível em:  
<https://memoriaglobo.globo.com/erros/debate-collor-x-lula/noticia/debate-collor-x-lula.ghtml>. Acesso em: 20 abr. 2024.

NEV. Núcleo de Estudos da Violência. Monitoramento das Eleições Brasileiras de 2022 - Boletim # 5: Twitter. 2022e. Disponível em: <https://NEV.prp.usp.br/wp-content/uploads/2022/10/2022-10-28-NEVMonitoramento-Twitter.pdf>. Acesso em: 05 abr. 2024.

NUNES, Felipe; TRAUMANN, Thomas. A eleição que calcificou o país. In: AVRITZER, Leonardo; BRAGATTO, Rachel Callai; SANTANA, Eliara (org.). **Eleições 2022 e a reconstrução da democracia no país**. Belo Horizonte: Autentica, 2023

---

Poder360 – Fevereiro 2021. “Bolsonaro levanta cartaz com a frase "Globo lixo" no aeroporto de Cascavel”. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=1EvVA5nyDdY> acessado em 04 mar. 2024.

"Princípios editoriais do Grupo Globo" - SEÇÃO III OS VALORES CUJA DEFESA É UM IMPERATIVO DO JORNALISMO. Disponível em: <https://g1.globo.com/principios-editoriais-do-grupo-globo.html#principios-editoriais>. Acesso em: 04 mar. 2024.

RODRIGUES, Claudio. Relação de conteúdos compartilhados com menção ao Grupo Globo no X, entre 2019 e outubro de 2022 pelos principais candidatos a Presidencial nas Eleições de 2022. Disponível em:

[https://drive.google.com/file/d/1KKoSEo9pRgvhFUSFBFfnyGYOq1PohFda/view?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/file/d/1KKoSEo9pRgvhFUSFBFfnyGYOq1PohFda/view?usp=drive_link) – acessado em 31 de mai. 2024

SEIBT, T.; DANNENBERG, M. Pandemia, desinformação e discurso autoritário: os sentidos das declarações de Jair Bolsonaro no Twitter a partir de checagens do Aos Fatos. Liinc em Revista, [S. l.], v. 17, n. 1, p. e5687, 2021. Disponível em: <https://revista.ibict.br/liinc/article/view/5687>. Acesso em: 30 abr. 2024.

SÔLHA, Hélio Lemos. ‘Media’ e as manifestações de junho: controle e disputa”. 2013. Disponível em:

[https://www.academia.edu/8385450/\\_Media\\_e\\_as\\_manifesta%C3%A7%C3%B5es\\_de\\_junho\\_controle\\_e\\_disputa\\_H%C3%A9lio\\_Lemos\\_S%C3%B4lha](https://www.academia.edu/8385450/_Media_e_as_manifesta%C3%A7%C3%B5es_de_junho_controle_e_disputa_H%C3%A9lio_Lemos_S%C3%B4lha). Acesso em 03 mar. 2024.

STRAUBHAAR, Joseph D.. Grupo Globo. In: BIRKINBINE, Benjamin J.; GÓMEZ, Rodrigo; WASKO, Janet (eds.). *Global Media Giants*. New York; London: Routledge, 2017, pp. 226-238).

VOGLER, Christopher. **A jornada do escritor**: estruturas míticas para escritores. 2.ed.. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2006.