

Lula versus Veja: uma análise crítica do discurso sobre a cobertura das eleições presidenciais de 2022¹

Sâmya Raquel Mesquita da Silva ²

Klycia Fontenele Oliveira ³

Centro Universitário Estácio do Ceará

RESUMO

Este estudo analisa a cobertura da revista *Veja* sobre o então presidenciável Lula durante as eleições de 2022. O objetivo é discutir a produção de sentidos nos discursos eleitorais, com foco em identificar estratégias discursivas, analisar representações sociais e construir uma imagem de Lula, a partir da influência do Jornalismo na manutenção de ideologias hegemônicas. Utiliza-se a Teoria Marxista do Jornalismo e a Análise de Discurso Crítica a partir de 11 edições do período eleitoral, indicando uma manutenção de padrões discursivos no Jornalismo político brasileiro. Para o futuro, a pesquisa busca contribuir para o debate sobre o papel da mídia na manutenção de hegemonias ideológicas.

PALAVRAS-CHAVE: Revista *Veja*; Teoria Marxista do Jornalismo; Lula; Análise de Discurso Crítica; Eleições 2022.

INTRODUÇÃO

A relação entre mídia e política no Brasil constitui um campo fértil para investigações críticas. E o ano de 2022 representou um momento paradigmático nesse sentido, com uma disputa presidencial que mobilizou os principais veículos de comunicação em torno da construção de narrativas sobre os candidatos. Nesse cenário, a revista *Veja* desempenhou papel relevante na mediação simbólica do processo político.

A escolha por investigar especificamente a representação de Lula nas coberturas jornalísticas da *Veja* justifica-se: 1) pela histórica relação tensa entre o agora presidente da República e o referido veículo, já que desde as primeiras campanhas de Lula nos anos 1980 a revista construiu uma narrativa específica sobre sua figura; 2) no ineditismo de analisar a cobertura da *Veja* sobre Lula no contexto específico das eleições de 2022,

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Estudos da Comunicação, evento integrante da programação do 25º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 26 a 28 de junho de 2025.

² Estudante do Curso de Comunicação Social: Jornalismo do Centro Universitário Estácio do Ceará, email: samyamesquita@gmail.com.

³ Professor do Curso de Comunicação Social: Jornalismo do Centro Universitário Estácio do Ceará, email: klyciafontenele@gmail.com.

marcado por novas configurações políticas e midiáticas; e 3) o potencial para fomentar reflexões sobre o papel da mídia na democracia.

Marx (2020) defende a liberdade de imprensa é uma condição para a liberdade individual. Ele examina a relação entre a imprensa e a economia, argumentando que o controle sobre os meios de comunicação é uma forma de controle social. Por isso mesmo que Adelmo Genro Filho (1987) propõe uma Teoria Marxista do Jornalismo, que entende a prática jornalística como parte da superestrutura ideológica da sociedade, influenciada pela infraestrutura econômica. Para Genro, o Jornalismo se tornou uma mercadoria, produzida e consumida dentro de uma lógica de mercado. Para ele, há um conjunto de categorias de mediação predispostas no processo de apropriação do fato na produção da notícia. E vê no jornalismo um potencial para denunciar injustiças e promover a conscientização das classes trabalhadoras.

Já Thompson (1995) explica que as ideologias são difundidas nos canais de difusão e circulação das formas simbólicas, da comunicação de massa, que se apresentam como mecanismos criadores de novos tipos de ação e interação, novos tipos de relações sociais que se difundem no tempo e no espaço. Assim, a análise da ideologia preocupa-se com as formas simbólicas, produzidas e difundidas pela mídia, e com contextos de ação e interação nos quais as formas simbólicas são produzidas e recebidas (Thompson, 1995).

Por fim, chegamos à Análise do Discurso Crítica (ADC), uma abordagem do campo da Linguística que trata do discurso da linguagem como parte irreduzível da vida social, conectada aos mais diversos elementos sociais e apresentada em uma forma tridimensional (Prática social, Prática discursiva e Texto). Aqui, os sentidos são construídos através do discurso midiático/jornalístico, possibilitando a produção de sentidos que agem na manutenção das relações hegemônicas. E compreende-se por hegemonia o domínio ideológico que detém o poder econômico, sobre os demais. Assim, as lutas hegemônicas tanto assumem a forma de prática discursiva nas interações verbais como sustentam ordens de discurso.

Para Fairclough (2001, p. 117), “as ideologias são significações/construções da realidade [...] construídas em várias dimensões das formas/sentidos das práticas discursivas e que contribuem para a produção, reprodução ou a transformação das relações de dominação”. Com isso, o discurso se configura como parte de práticas sociais

na relação entre textos e eventos, apresentando-se como modos de agir [significado acional], modos de representar [significado representacional] e como modos de ser [significado identificacional] (Fairclough, 2003).

Nesse sentido, ao desvelar os mecanismos discursivos empregados pela revista, a pesquisa busca oferecer subsídios para uma compreensão mais crítica do fenômeno jornalístico como instância de produção e reprodução de significados sociais.

METODOLOGIA

A pesquisa partiu de uma revisão sistemática do estado da arte, abrangendo produções acadêmicas publicadas entre 2020 e 2025, com o objetivo de mapear as lacunas existentes na análise da cobertura da revista *Veja* sobre Lula durante as eleições de 2022. Primeiro, realizou-se busca dos descritores “Lula”, “Revista Veja” e “Eleições 2022” em bases acadêmicas. Em seguida, excluiu-se trabalhos não alinhados ao escopo da pesquisa, como análises econômicas. Por fim, os materiais selecionados foram categorizados por temática, abordagem teórica e tipo de produção acadêmica. A análise revelou que o termo “Lula” foi identificado em 34 trabalhos, sendo 18 dissertações, 5 teses e 11 artigos. Já “Revista Veja” apareceu em 14 trabalhos, com 7 dissertações, 2 teses e 5 artigos. Por fim, o termo “Eleições 2022” apresentou a maior quantidade de produções, totalizando 47 trabalhos, distribuídos em 25 dissertações, 8 teses e 14 artigos.

Com os dados em mãos, partimos para a coleta de dados, onde foram selecionadas as 11 edições da revista publicadas entre 18 de agosto a 27 de outubro, dentro do período eleitoral. Para cada uma das edições, foi selecionada uma reportagem que se dedicava a falar da campanha do então candidato, dando-lhe alguma ênfase. A análise concentrou-se nas estratégias discursivas presentes nas reportagens, utilizando as três dimensões da linguagem propostas por Fairclough por meio de leitura crítica e identificação de padrões discursivos recorrentes, considerando o contexto político e social do pleito eleitoral.

RESULTADOS PRELIMINARES

A revisão da literatura mostrou que, no período analisado, não foram encontrados estudos que combinassem a Análise de Discurso Crítica com a Teoria Marxista do Jornalismo para examinar a cobertura da revista *Veja* sobre Lula nas eleições de 2022. Embora existam pesquisas sobre o discurso midiático em contextos políticos e

até análises isoladas da *Veja*, não há registros de trabalhos que articulem esses dois referenciais teóricos no corpus investigado.

A análise do material coletado revelou que a revista *Veja* recorreu a estratégias discursivas que reforçaram uma narrativa polarizada em torno da figura de Lula. No âmbito do significado acional, observou-se a predominância de verbos e expressões que associam o candidato a ações de confronto, como “explorar”, “provocar”, “intensificar” e “vencer”.

Quanto ao significado representacional, diferentemente de eleições anteriores, as reportagens não reproduzem estereótipos ligados à origem nordestina e à trajetória operária de Lula. Aqui, Lula é um agente consciente de suas ações: “Lula também tem explorado a inflação para dizer que o reajuste do Auxílio Brasil não é capaz de neutralizar a carestia dos alimentos” (VEJA, 2022).

Por fim, no que diz respeito ao significado identificacional, a construção da imagem de Lula foi marcada por contrastes explícitos com Bolsonaro, reforçando uma dicotomia simplificadora que reduziu o debate político a uma oposição entre projetos antagônicos que se anulam. Mas candidatos como Ciro Gomes e Simone Tebet, da chamada “terceira via”, foram exaltados.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados demonstram que a cobertura da revista *Veja* sobre Lula durante as eleições de 2022 manteve padrões discursivos característicos do jornalismo político brasileiro. A construção da imagem do candidato foi marcada por uma aparente moderação editorial, que evitou os estereótipos de classe e origem regional, mas persistiu em estratégias de polarização e simplificação do debate político. A ênfase em verbos de confronto reforçou uma narrativa que representava Lula como um agente calculista e estratégico, em contraste com a abordagem mais visceral direcionada a Bolsonaro. Essa mudança de tom, que aparenta “moderação” da nova linha editorial, pode ser interpretada como uma adaptação tática da mídia às novas correlações de força sociais e políticas. Isso confirma as afirmações de Marx sobre os veículos de comunicação responderem a transformações na base material da sociedade.

A análise evidenciou ainda como a promoção implícita de uma “terceira via”, sugerindo um alinhamento a projetos políticos que não desafiam o *status quo*. Ao filtrar o discurso político dentro de limites considerados aceitáveis pelo sistema, a *Veja* atuou

como mediadora hegemônica, nos termos de Genro Filho, operando dentro da contradição inerente ao jornalismo capitalista - entre sua potencialidade crítica e sua subordinação a interesses econômicos e políticos. Thompson ajudaria a compreender esse movimento como parte dos processos de dissimulação ideológica, onde certas alternativas políticas são sistematicamente marginalizadas do debate público, enquanto outras são naturalizadas como únicas possíveis.

Ao articular a Análise de Discurso Crítica com a Teoria Marxista do Jornalismo, o estudo ofereceu ferramentas analíticas para compreender não apenas a superficialidade do conteúdo das reportagens, mas suas condições de produção e seus efeitos sociais mais amplos. E as limitações da pesquisa, particularmente a escassez de estudos prévios com este recorte teórico específico, apontam para a necessidade de investigações futuras que ampliem o corpus para outros veículos e períodos, articulem a análise textual com estudos de recepção, e explorem mais profundamente as condições materiais de produção jornalística.

Por fim, os resultados reforçam a premissa central de que a qualidade do jornalismo político é indissociável da qualidade da democracia. Se a cobertura analisada evitou os excessos discursivos de eleições passadas, ela continuou a operar como arena de disputa simbólica onde certas vozes e projetos são sistematicamente privilegiados em detrimento de outros. Neste sentido, o estudo ressalta a importância contínua de desenvolver leituras críticas do jornalismo político que, inspiradas no projeto emancipatório vislumbrado por Marx e teorizado por Genro Filho, sejam capazes de desnaturalizar práticas discursivas hegemônicas e apontar caminhos para uma comunicação verdadeiramente democrática.

REFERÊNCIAS

- FAIRCLOUGH, N. **Discurso e Mudança Social**. Brasília-DF: Editora UnB, 2001.
- _____. **Analysing discourse**. Textual analysis for social research. Londres/Nova York-Estados Unidos: Routledge, 2003.
- GENRO FILHO, Adelmo. **O Segredo da Pirâmide**: para uma teoria marxista do jornalismo. Porto Alegre-Rio Grande do Sul: Editora Tchê!, 1987.
- MARX, Karl. **Liberdade de imprensa**. São Paulo-São Paulo: L&PM Pocket, 2020.
- _____. **Análise de Discurso (para a) Crítica**: O texto como Material de Pesquisa. Campinas, São Paulo-São Paulo: Pontes Editores, 2011.
- THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna**: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. Petrópolis, Rio de Janeiro-Rio de Janeiro: Vozes, 1995.
- VEJA. **Partidos terão R\$ 4,9 bi dos cofres públicos, mas doações seguem em alta**. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/politica/partidos-terao-r-49-bi-dos-cofres-publicos-mas-doacoes-seguem-em-alta/>>. Acesso em: 4 maio. 2025.

_____. **As estratégias de Bolsonaro e Lula para conquistar o voto dos mais pobres.** Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/politica/as-estrategias-de-bolsonaro-e-lula-para-conquistar-o-voto-dos-mais-pobres/>>. Acesso em: 4 maio. 2025.

_____. **Os planos dos candidatos para a guerra na TV, que pode definir a eleição.** Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/politica/os-planos-dos-candidatos-para-a-guerra-na-tv-que-pode-definir-a-eleicao/>>. Acesso em: 4 maio. 2025.

_____. **Janones faz barulho nas redes e divide opiniões dentro da campanha de Lula.** Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/politica/arma-do-pt-nas-redes-janones-divide-opinioes-dentro-da-campanha-de-lula/>>. Acesso em: 4 maio. 2025.

_____. **Lula e Bolsonaro intensificam ataques pessoais e focam no tema corrupção.** Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/politica/lula-e-bolsonaro-intensificam-ataques-pessoais-e-focam-no-tema-corrupcao/>>. Acesso em: 4 maio. 2025.

_____. **Candidatos à Presidência fazem ofensiva em Minas, que pode definir eleição.** Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/politica/candidatos-a-presidencia-fazem-ofensiva-em-minas-que-pode-definir-eleicao/>>. Acesso em: 4 maio. 2025.

_____. **Historiador americano lança biografia sob medida para campanha de Lula.** Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/politica/em-tom-de-campanha-biografia-trata-lula-como-o-pele-da-politica/>>. Acesso em: 4 maio. 2025.

_____. **Lula intensifica ofensiva por apoio do agro, mas aliança com MST é entrave.** Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/politica/lula-intensifica-ofensiva-por-apoio-do-agro-mas-alianca-com-mst-e-entrave/>>. Acesso em: 4 maio. 2025.

_____. **Lula e Bolsonaro abrem segundo turno com foco em embate no Sudeste.** Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/politica/lula-e-bolsonaro-abrem-segundo-turno-com-foco-em-embate-no-sudeste/>>. Acesso em: 4 maio. 2025.

_____. **Frente pró-Lula reúne 15 partidos e vira o diferencial petista na disputa.** Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/politica/frente-pro-lula-reune-15-partidos-e-vira-o-diferencial-petista-na-disputa/>>. Acesso em: 4 maio. 2025.

_____. **Lula e Bolsonaro mobilizam campanhas para intensificar guerra da rejeição.** Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/politica/lula-e-bolsonaro-mobilizam-campanhas-para-intensificar-guerra-da-rejeicao/>>. Acesso em: 4 maio. 2025.