

**A “GRANDE IMPRENSA” BRASILEIRA”:
PARCIALIDADE POLÍTICA E ANTIPETISMO
(1989-2014)**

**FERNANDO ANTÔNIO AZEVEDO
UFSCAR (BRASIL)**

f.azevedo@me.com

Área temática: Opinião Pública e Comunicação Política

**TRABALHO PREPARADO PARA APRESENTAÇÃO NO 9⁰ CONGRESSO LATINO
AMERICANO DE CIÊNCIA POLÍTICA (ALACIP)**

MONTEVIDEO, 26 A 28 DE JULHO DE 2017

Resumo:

O *paper* examina a relação da chamada “grande imprensa” do Brasil, formada pelos três grandes diários de circulação nacional, *O Estado de S. Paulo*, a *Folha de S. Paulo* e *O Globo*, com o petismo e seus governos entre 1989 a 2014. São analisados com a metodologia da valência e dos pacotes interpretativos os editoriais publicados durante sete eleições presidenciais e ao final é apresentada uma periodização da representação do petismo na mídia e três hipóteses para discutir a parcialidade da imprensa.

Introdução.

Este *paper*¹ tem como tema a relação dos três principais jornais de referência do Brasil (*O Globo*, *Estado de S. Paulo* e a *Folha de S. Paulo*) com o Partido dos Trabalhadores (PT) através da análise dos seus editoriais publicados durante as eleições presidenciais diretas ao longo da *Nova República*. Estas publicações fazem parte da chamada “grande imprensa” e no passado tiveram intensa atuação política apoiando as forças de centro-direita contra o governo nacionalista de Getúlio Vargas (1951-54) e o governo reformista de João Goulart, o Jango (1961-64), ambos ligados ao Partido Trabalhista do Brasil (PTB), de centro-esquerda (SODRÉ, 1999; ABREU, 2008; CARVALHO, 2013). Todos apoiaram o golpe militar de 1964 e o regime autoritário, com o dissenso posterior do *Estado de S. Paulo* após o aprofundamento da ditadura, com a edição do Ato Institucional nº 5, em 1968. Com a redemocratização e a instauração da *Nova República*, em 1985, os veículos passaram a conviver com um novo sistema partidário e uma nova dinâmica política que, a partir de 1994, polarizou a disputa eleitoral presidencial entre a coligação de esquerda e, a partir de 2002, de centro-esquerda liderada pelo PT e a de centro-direita comandada pelo Partido da Socialdemocracia Brasileira (PSDB). Uma revisão da literatura (GUIMARÃES, VIEIRA, 1989; LIMA, 1990; ALBUQUERQUE, 1994; RUBIM, 1985; AGUIAR, 1995, JORGE, 1997, RUBIM, AZEVEDO, 1998; MIGUEL, 1999; AZEVEDO, 2000, 2009, 2011; ALDÉ, 2003;

¹ O texto que se segue é um resumo dos principais dados e argumentos desenvolvidos no livro *A Grande Imprensa e o PT: 1989-2014*, do autor, publicado pela Editora Edufscar, em 2017.

CHAIA, 2004; RUBIM, COLLING, 2004; FONSECA, 2005, ALDÉ, MENDES, FIGUEIREDO, 2007) sobre a cobertura eleitoral das eleições presidenciais neste período mostra que a maioria das pesquisas e levantamentos apontou que os jornais, e a mídia de um modo geral, atuaram em variados graus com *viés* partidário, favorecendo assim direta ou indiretamente os candidatos antipetistas nos pleitos presidenciais. Não conheço, porém, salvo engano, um estudo longitudinal que analise o comportamento dos jornais e mostre tendências e continuidades abrangendo todas as eleições presidenciais realizadas até o momento. Este texto tenta suprir parcialmente esta lacuna e tem como objetivo principal discutir o comportamento da imprensa *mainstream* a partir do conceito de *paralelismo político* (HALLIN e MANCINI, 2010) e tendo como referência empírica a relação dos jornais com o PT e o petismo a partir da pergunta: *na atual quadra democrática a grande imprensa brasileira atuou de modo paralelo ao sistema político assumindo posições político-ideológicas como o fez no período democrático de 1945-64?*

A pergunta tem pertinência e relevância no contexto informacional brasileiro. O sistema de mídia é oligopolizado e controlado basicamente por quatro famílias (Marinho/Rede Globo, Mesquita/Grupo Estadão, Frias/Grupo Folha e Civita/Grupo Abril) que detêm a propriedade cruzada de jornais, revistas, redes de televisão e sites e portais. Deste modo, a maior parte do fluxo da informação política é monopolizada pelos grandes grupos midiáticos e as fontes alternativas de informação, que Dahl (1989) aponta como um dos requisitos fundamentais da democracia representativa, ocupam um papel secundário (em geral em sites e blogs) e marginal do ponto de vista do seu impacto na formação da opinião pública. Neste contexto, de um sistema de mídia concentrado e caracterizado por uma oferta de conteúdo político com baixa diversidade, a parcialidade da grande imprensa, pelo seu grande poder de agendamento (e *ripple effect* no noticiário televisivo e nas redes sociais) pode gerar assimetria informacional e potencialmente desequilibrar a disputa política e eleitoral ao vocalizar, reproduzir ou endossar argumentos e estratégias narrativas de grupos e partidos políticos.

É consenso na literatura da Comunicação Política recente, fortemente influenciada pelas teorias da *agenda-setting* e do *framing*, de que a mídia tem grande poder de agenda ao selecionar e hierarquizar notícias e estabelecer enquadramentos e narrativas sobre fatos, acontecimentos e personagens. Como lembrou Bernard Cohn (1963, p. 120), a imprensa pode não ser eficaz em dizer como se deve pensar, porém tem grande capacidade em sugerir o que pensar. Ou seja, de tematizar e colocar, no centro da atenção pública, questões sobre as quais fornece também análises e interpretações produzidas a

partir de enquadramentos narrativos. Desta maneira, como observaram Lang & Lang (1959, p. 226) num texto sobre a influência da mídia nas campanhas eleitorais, as mídias constroem perspectivas, conformam as imagens dos candidatos e dos partidos e ajudam a destacar os conceitos em torno dos quais se desenvolverá as campanhas.

Portanto, no jogo político a mídia importa, e muito. É ela que, nas democracias modernas e de massa, que Manin (1995) descreve como *democracias de público*, ao lado das campanhas eleitorais, opera a mediação entre os atores políticos (partidos e candidatos) e os cidadãos e eleitores. E, em que pesem a centralidade da televisão nos meios de comunicação de massa e sua grande penetração no público e o avanço das novas mídias digitais, como a internet e as mídias sociais (*Facebook, Youtube, Twitter, Instagram, etc.*), ainda são os jornais e as revistas de informação semanal as principais fontes de informação e agendamento da política. É desta velha mídia que as principais notícias e os comentários têm origem e são replicados na televisão e nas novas mídias. Em outras palavras, a mídia impressa pauta não só a mídia eletrônica (rádio e televisão) como a mídia digital (internet e mídias sociais): várias pesquisas recentes apontam que a maior parte das notícias e dos artigos que trafegam nas novas mídias é originária de jornais e revistas impressos, o que, aliás, se pode comprovar simplesmente olhando-se os temas dos debates polarizados no *Facebook*. Assim, e embora não seja a única fonte, a imprensa escrita pauta grande parte das questões políticas e as outras mídias repercutem, ampliam e disseminam os temas em debate, realimentando o fluxo de informação.

O conceito original de paralelismo político foi cunhado por Seymour-Ure (1974) na tentativa de definir, através da categoria *paralelismo partido-imprensa*, a convergência de interesses políticos entre jornais e partidos. Refinando o conceito, Blumer e Gurevitch (1975) propuseram uma escala de paralelismo político para abranger graus de intensidade (máximo, intenso, médio, baixo e zero) e situações que iam desde o controle vertical da publicação (imprensa partidária como a existente em alguns países da Europa no passado) até o jornalismo independente cuja referência normativa seria o modelo liberal do jornalismo comercial norte-americano. Por sua vez, mais recentemente, Hallin e Mancini (2010) revitalizaram o conceito explorando-o como uma das variáveis de análise dos modelos de sistema de mídia do mundo ocidental. Os referidos autores, inspirados nos pesquisadores que os precederam, descrevem cinco elementos ligados à prática do paralelismo político (*conexões organizacionais, caráter partidário da audiência, conteúdo dos meios, atuação dos jornalistas na política e o jornalismo de comentário apoiado na concepção do jornalista como publicista*) e os associam mais ao

compartilhamento de crenças, valores e tendências políticas mais gerais do que a conexão um-a-um entre meios e partidos como caracterizou o jornalismo partidário do passado. Albuquerque (2012a, 2012b), por sua vez, propõe que paralelismo político e jornalismo independente sejam considerados como modelos históricos distintos. Sem entrar na discussão sobre os limites e alcances teóricos do conceito, assumo, aqui, a ideia de Hallim e Mancini de que o paralelismo político nos dias de hoje, marcado pelo predomínio do jornalismo comercial, se dá basicamente em torno do compartilhamento de crenças e valores ideológicos, de uma causa determinada ou uma agenda política contingencial capaz de associar e produzir convergências políticas entre jornais e partidos.

Os jornais aqui examinados têm, apesar do alto nível de profissionalização, independência comercial e adesão formal ao modelo de jornalismo centrado nas notícias, um vigoroso e extenso jornalismo de comentário através de editoriais, colunas e artigos que ocupam espaços destacados e possuem grande peso nas edições. Portanto, antes de tudo e principalmente, são jornais de opinião que valorizam o papel de seus publicistas e seus editoriais ocupam um lugar nobre e de grande visibilidade. Como lembra Eilders (1997), a alma dos jornais está nos editoriais que são o *core* jornalístico que emite e transmite a posição política das publicações e de seus proprietários. Nesse sentido, eles são a matéria prima por excelência para se avaliar o posicionamento político dos jornais.

A análise dos editoriais aqui examinados se estende de 1989 a 2014, perfazendo 25 anos e sete eleições presidenciais na atual quadra democrática. A amostragem foi circunscrita ao período eleitoral tomando-se como referência o início da emissão da propaganda gratuita no rádio e na televisão (HGPE), iniciando a coleta dos editoriais quarenta e cinco dias antes da data da eleição do primeiro turno e estendendo a observação até a data do segundo turno, quando foi o caso². A temporada eleitoral foi escolhida porque, como lembra Swanson e Mancini (1996), as campanhas são períodos críticos da vida das democracias: é neste momento que a agenda de debates públicos se torna mais visível e incandescente e a discussão sobre os rumos do País ganha expressão política e cores partidárias. Portanto, é um momento especialmente privilegiado para observar o posicionamento da mídia em relação ao debate público, aos atores políticos e às alternativas eleitorais em jogo.

² A propaganda eleitoral no rádio e na televisão, regulada pela Lei no. 7.773, de 08/06/1989, tinha duração de sessenta dias, porém, em 1998, ela foi reduzida para 45 dias. Por uma questão de padronização o exame dos editoriais em cada período eleitoral obedeceu a regra dos 45 dias.

O procedimento adotado para analisar e interpretar os dados baseia-se na metodologia da valência e dos pacotes interpretativos. A *Metodologia de Análise de Valência* (MAV), também conhecida como *slant analysis*, *sentiment analysis* ou *opinion mining*, é utilizada internacionalmente em estudos de mídia em contextos eleitorais desde os anos 50 para medir a valoração dos conteúdos da mídia em relação a um determinado objeto.³ No presente trabalho adotou-se as seguintes regras: (1) a valência é positiva se o conteúdo analisado encerra uma avaliação ou menção de ordem pessoal, moral, política ou de desempenho nas funções públicas favorável a políticos ou avaliação e menção favorável de programas, projetos e ação de partidos ou governo; (2) a valência é negativa se o conteúdo analisado encerra uma avaliação ou menção de ordem pessoal, moral, política ou de desempenho nas funções públicas negativa a políticos ou avaliação e menção desfavorável na avaliação de programas, projetos e ação de partidos ou governo; (3) a valência é neutra se o conteúdo analisado não apresenta nem elementos positivos nem negativos na avaliação ou menção de ordem pessoal, moral, política ou de desempenho nas funções públicas a políticos ou na avaliação e menções a programas, projetos e ação de partidos ou governo. Em caso de matérias ambivalentes, em que há equilíbrio entre elementos positivos e negativos, o conteúdo foi considerado neutro.

Os pacotes interpretativos, por sua vez, são baseados na teoria do enquadramento (GOFFMANN, 1974). Na definição sintética de Entman (1993, p. 52), enquadrar é o processo de selecionar aspectos da realidade e torná-los mais salientes para produzir uma definição ou interpretação particular de um problema ou questão moral. Outros autores, como Gitlin (1980), enfatizam o enquadramento como esquemas interpretativos persistentes, em que os administradores de símbolos (como os jornalistas) organizam rotineiramente seus discursos. Assim, os enquadramentos ultrapassam os meros relatos episódicos e permitem uma articulação de sentido entre eles, proporcionando uma narrativa que organiza uma interpretação mais ampla e duradoura ao longo do tempo. Portanto, como resumem Gamson e Modigliani (1989, p. 143), os pacotes interpretativos devem ser vistos como uma ideia organizadora central ou um enredo que produz sentido para o desdobramento de uma série de eventos, promovendo uma conexão entre eles.

O texto está dividido em três partes. A primeira faço um resumo histórico e político dos jornais pesquisados e na segunda apresento os dados da pesquisa. Na terceira, à guisa de conclusão, sustento que a grande imprensa brasileira atua no sistema de mídia

³ Sobre a metodologia ver Feres (2016)

de forma paralela às forças de centro-direita ao assumir uma posição antipetista ao longo da atual quadra democrática. Com base nestas constatações levanto três hipóteses para a discussão sobre o paralelismo da grande imprensa brasileira.

1. Resumo histórico e político dos jornais

1.1. O Globo

O jornal foi fundado no Rio de Janeiro, em 1925 circulando como vespertino até 1962, quando passou a ser matutino. Entre os anos 1930 e 1980, o veículo se tornou o diário de maior circulação no Brasil, batendo concorrentes mais antigos e tradicionais. Sua ascensão como um dos principais jornais do país se deu paralela à formação das Organizações Globo, um conglomerado de mídia que paulatinamente agregou rádios e revistas (nos anos 1940) e televisão (nos anos 1960). Hoje, o Grupo Globo é o maior conglomerado de mídia do Brasil, liderando de forma absoluta a audiência da rede aberta (*TV Globo* e suas afiliadas), com importante presença na TV fechada, através da *Globosat* (*Globonews*, *GNT*, *Multishow*, *Telecine*, *Sportv*, entre outros) e no sistema radiofônico (rádios *Globo* e *CBN*), bem como nas novas mídias digitais (portal *GI*).⁴ Sua influência na imprensa escrita não se limita ao *O Globo*: o grupo edita também, no Rio, o jornal *Extra*, de perfil popular e o *Valor Econômico*, diário especializado em economia e finanças e líder em seu segmento, além da revista *Época*, que concorre com *Veja*, *Isto É* e *Carta Capital* no mercado das revistas de informação semanal. Possui, ainda, a *Rio Gráfica Editora*, que publica livros e inúmeras revistas para público segmentado.

O Globo pode ser classificado como liberal, do ponto de vista econômico, e conservador e de centro-direita, do ponto de vista político. Uma análise da sua trajetória editorial, ao longo da história brasileira, mostra que o jornal assumiu, nos momentos críticos, posições que reiteram o seu perfil político predominantemente conservador. Apoiou a Revolução Liberal de 1930 que derrubou a República Velha, mas, logo em seguida, alinou-se à Revolução Constitucionalista de 1932, deflagrada pelas elites rurais paulistas que tinham sido aliados do poder, contra o novo regime. No período de 1937 a 1945, na vigência da ditadura do Estado Novo, o jornal, como toda a imprensa brasileira, circulou sob censura. Após a redemocratização, em 1946, o embate político foi polarizado ideologicamente entre as forças de centro-direita e centro-esquerda opondo os liberais

⁴ Com cinco emissoras próprias e 117 afiliadas, a Rede Globo chega a praticamente 100% do território nacional, atingindo 5.485 municípios e 99,5% da população.

(aglutinados na União Democrática Nacional – UDN) e os nacional-desenvolvimentistas reunidos na aliança eleitoral formada pelo Partido Trabalhista do Brasil (PTB) e o Partido Social Democrático (PSD), ambos criados por Vargas. *O Globo*, neste período democrático, apoiou as forças liberais nos principais embates eleitorais e políticos. Na crise política de 1954, que terminou com o suicídio de Vargas em agosto daquele ano, o jornal cerrou fileiras com a oposição, embora tenha, por temer os riscos políticos e institucionais de um *impeachment* numa democracia recém-restaurada, se posicionado contra o afastamento do presidente, em março de 1954. Entretanto, a rádio *Globo* tinha se transformado numa tribuna aberta para os discursos inflamados de Carlos Lacerda, o principal líder da UDN, contra Vargas e seu governo. Em 1961, após a renúncia de Jânio Quadros, foi contra a posse do vice-presidente Jango e depois fez dura oposição ao seu governo e as bandeiras das reformas de base (especialmente a reforma agrária) defendidas pela esquerda brasileira. Em 1964, apoiou o golpe militar e publicou um editorial sob o título “Ressurge a Democracia”⁵, em que saudava a tomada do poder pelas Forças Armadas. O jornal apoiou o regime militar durante toda sua existência, sem nenhuma ressalva política. Num editorial⁶ publicado em primeira página, em 1984, Roberto Marinho justifica o apoio à “Revolução de 64” por conta das ameaças ao “regime democrático”, e afirma que apoiou o Ato Institucional nº 5 para conter “a irrupção da guerrilha urbana”. Este apoio ao regime se prolongou mesmo no período da transição democrática e durante a campanha pelo restabelecimento do voto direto (“Diretas, Já”). Com o retorno à democracia, em 1985, o jornal passou a apoiar uma agenda econômica liberal assumida, num primeiro momento, por Fernando Collor, e depois por Fernando Henrique Cardoso (FHC) e os candidatos posteriores do PSDB.

O exame da lista de colunistas e articulistas do jornal mostra que a grande maioria deles está alinhada com a linha editorial e os valores do jornal, havendo pouca diversidade interna e espaço para opiniões divergentes e debate do ponto de vista político ou ideológico.

5 *O Globo*, 02/04/1964, p. 3.

6 *O Globo*, 07/10/1984, p. 1.

1.2. O Estado de S. Paulo

O *Estado de S. Paulo* foi fundado em 1875 e originalmente chamava-se *A Província de S. Paulo*.⁷ Criado por um grupo de dezesseis fundadores, o jornal começou a circular com dois mil exemplares (para uma população então estimada em 31.000 habitantes) e tinha, como concorrência local, dois diários mais antigos, os hoje extintos *Correio Paulistano* (de 1854) e o *Diário de São Paulo* (de 1865). O jornal nasceu com um perfil político progressista para a época: sua orientação editorial era antimonarquista e antiescravista e, entre seus colaboradores, contavam nomes de prestígio intelectual, como o escritor Euclides da Cunha e vários publicistas republicanos. Com a proclamação da República, o jornal assumiu o atual nome e, em 1902, passou a ser dirigido e controlado exclusivamente por Júlio Mesquita, genro de um dos fundadores da publicação, que se tornou, então, o principal veículo de ideias e fonte de informação da elite paulista rural vinculada ao setor cafeeiro agroexportador.

O *Estadão* faz parte hoje de um grupo empresarial ainda controlado pela família Mesquita e formado pelo diário, por rádios (*Estadão*, *Eldorado* e *Disney*), agência de notícias (*Agência Estado*, uma das principais do país, que, através do *Broadcast*, lidera a oferta de conteúdos de mídia na área política e econômica) e *OESP Mídia e OESP Gráfica*. No segmento digital, o grupo possui o portal *Estadão* que veicula informações em tempo real e é um dos mais acessados pelos internautas do país.

Ao longo da República Velha (1889-1930), o jornal assumiu posição crítica em relação ao sistema eleitoral (voto aberto e fraudes eleitorais) e se engajou na campanha civilista que defendia um programa de reformas institucionais e modernização do país. Em 1930, aderiu à candidatura oposicionista de Vargas contra o candidato oficial das oligarquias dominantes. Porém, depois da Revolução de 1930, trocou de lado e apoiou o movimento Constitucionalista de 1932, deflagrada pelas elites paulistas contra o governo provisório de Vargas, defendendo a constitucionalização do país e a realização de eleições. Com a decretação da ditadura do Estado Novo, em 1937, o jornal passa a fazer uma oposição aberta ao novo regime. Como represália, é censurado e, em março de 1940, sofre uma intervenção que se prolongaria por cinco anos. Encontra-se, nesse episódio, a origem do visceral antigetulismo que o jornal iria cultivar nos primeiros anos da quadra democrática que se inicia em 1946.

⁷ Sobre o jornal e seu papel político, ver Capelato e Prado (1980) e Capelato (1986 e 1988).

Após o fim do Estado Novo, o *Estadão* ressurge politicamente com seu perfil definitivo e atual. Antigetulista e, portanto, por definição, antipopulista, o Estadão endossou candidaturas e programas adversários do varguismo e de seus herdeiros políticos em todas as eleições presidenciais do período democrático iniciado em 1946. Em 1961, com a renúncia de Jânio Quadros, apoiou os chefes militares que vetavam a posse de Jango e defendeu em editorial a intervenção das Forças Armadas para evitar que as “forças subversivas” assumissem o poder. Com a posse de Jango, através da solução parlamentarista, e a rápida polarização política nos anos seguintes, entre a esquerda e a direita em torno das reformas de base, o jornal radicalizou suas críticas ao governo: defendeu de forma aberta a deposição de Jango, apoiou as manifestações de ruas contra o governo (a “Macha com Deus pela família e pela liberdade”) e, finalmente, o golpe militar de 1964.

Apesar do apoio ao golpe e ao novo regime, o jornal defendia que a intervenção militar fosse transitória e que o poder deveria ser devolvido aos partidos e políticos depois de expurgados da cena política as correntes de esquerda. Em 13 de dezembro de 1968, data da edição do AI-5 que radicalizou a ditadura e o poder militar, o *Estadão* publicou o editorial “Instituições em frangalhos”⁸, assinado por Júlio de Mesquita Filho, que resultou na apreensão do jornal e no estabelecimento da censura interna. Na transição democrática, o *Estadão* apoiou formalmente a campanha pelas eleições diretas e, com a derrota da emenda constitucional que a restabelecia, endossou a candidatura de Tancredo Neves no Colégio Eleitoral que elegeria por via indireta o primeiro presidente civil pós-ditadura.

Um balanço da sua trajetória política desmente sua imagem corrente de um jornal politicamente conservador desde a sua origem: abolicionista, republicano, apoiou a Revolução de 1930, combateu o Estado Novo. Traiu suas autoproclamadas convicções políticas liberais ao apoiar o golpe de 1964, mas o fez em companhia de todos os principais jornais do País, com exceção da *Última Hora*, diário fundado com o apoio de Vargas e o único da grande imprensa que apoiava o governo Jango e as políticas de centro-esquerda. Porém foi, depois do extinto *Correio da Manhã*, o primeiro grande jornal a se contrapor à ditadura militar, ainda que defendendo uma concepção de democracia restrita e expurgada ideologicamente. Contudo, sua posição, nos embates partidário-eleitorais e diante de governos chamados progressistas (Vargas do mandato

⁸ *O Estado de S. Paulo*, 13/12/1968, p. 2.

democrático, Jango e o período petista), tanto na quadra democrática de 1945-1964 quanto na atual (em que apoiou sucessivamente os candidatos de centro-direita em todos os pleitos presidenciais) configura seu perfil como uma publicação politicamente conservadora e ligada aos interesses das elites econômicas.

Suas páginas de opinião possuem grande peso em relação às páginas informativas e nelas há pouco lugar para a diversidade interna, o contraditório e o debate de ideias, valores e projetos políticos e ideológicos opostos, prevalecendo visões liberais ou conservadoras que estruturam as tendências políticas de centro-direita.

1.3. Folha de S. Paulo

A *Folha de S. Paulo* faz parte de um grupo empresarial que edita o jornal e publica também *Agora São Paulo*, jornal popular que circula na capital paulista. O grupo também é proprietário de um dos maiores portais do País, o *UOL*, que abriga a edição digital da Folha, e atua também no segmento editorial, através da *Folha Gráfica* e da *Editora Publifolha*.

A origem do jornal remonta aos anos 20 do século passado e às duas publicações que lhe deram origem, a *Folha da Noite* e a *Folha da Manhã*⁹. A primeira, uma publicação vespertina, foi fundada em 1921 por um grupo de jornalistas e seu público-alvo eram os leitores dos segmentos da classe média mais baixa e trabalhadores urbanos. Portanto, o jornal se posicionava numa faixa não contemplada pelo tradicional *O Estado de S. Paulo*, orientado para as elites paulistas, e adotava uma linguagem mais popular e um estilo mais noticioso do que opinativo. Com o sucesso da publicação, o grupo lançou, em julho de 1925, um jornal vespertino com o nome *Folha da Manhã*. O símbolo do jornal era o “Juca Pato”, personagem criado pelo cartunista Belmonte, que representava o homem comum a quem os dois jornais pretendiam representar. Em 1930, o jornal se posicionou contra a Revolução e a favor da manutenção da velha ordem oligárquica e, com o golpe de 1937 e a instauração do Estado Novo, se colocou na oposição à ditadura. Vargas, interessado em eliminar os focos de oposição na imprensa, estimulou a compra dos dois jornais por um grupo de empresários que repagina a *Folha da Manhã*, lança uma terceira publicação diária (*Folha da Tarde*) e muda a orientação política em favor do governo. Em 1960, as três publicações são fundidas numa só, nascendo, então, a *Folha de São Paulo* que, em 1961, foi finalmente adquirida pelos empresários Octávio Frias de Oliveira e Carlos

⁹ Ver, sobre o jornal e sua participação política, Goldenstein (1987), Taschner (1992) e Matos (2008).

Caldeira Filho. Ao longo das duas décadas seguintes, os novos proprietários modernizaram o jornal (foi o primeiro veículo impresso em offset da América Latina), ampliaram sua circulação e suas receitas publicitárias e passaram a disputar a liderança da grande imprensa diária com *O Estado de S. Paulo* e *O Globo*.

Nesta nova fase, o jornal atravessaria dois períodos bem distintos do ponto de vista político. No primeiro, que vai dos anos 1960 até meados dos 1970, o diário assume posições políticas marcadas pela oposição às bandeiras da esquerda, como as reformas de base e o governo Jango, o apoio ao golpe de 1964 e ao regime autoritário que recebeu um apoio incondicional do jornal em sua primeira década de existência. O segundo período tem início com as reformas gráficas e editoriais, a partir de 1976, que renovou o jornal e a equipe de colaboradores. Mas, a principal alteração foi na linha editorial, que passou a valorizar o debate de ideias e posições políticas e o pluralismo interno. Estas mudanças se dão num período marcado pela abertura política, em que a luta pela anistia e redemocratização começava a ganhar impulso no País e o coração e as mentes da classe média. Reposicionado editorialmente, o jornal cresceu nos segmentos da audiência mais jovem e de classe média e apoiou a luta pela anistia, pela constituinte e eleições diretas, fazendo coberturas extensas de episódios políticos críticos para o regime militar e apoiando a campanha das “Diretas, Já” que recebeu grande apoio da publicação.

O jornal mantém, nos dias atuais, a mesma linha editorial e a política de diversidade interna, sendo, dos três grandes diários, o mais aberto ao debate e ao confronto de ideias. Com estas características, hoje está localizado mais ao centro do que na margem direita do espectro político, mas certamente a sua definição editorial mais precisa seria a de uma publicação alinhada com os ideários liberais na política e na economia, mas comprometido com uma audiência menos conservadora que não era contemplada pelos seus concorrentes diretos.

2. Os editoriais dos jornais: 1989-2014

A pesquisa levantou 3.164 editoriais dos quais 937 (29,6%) tinham como tema central o PT como se pode ver na tabela a seguir.

Tabela 1: Número de editoriais dos jornais e relacionados ao PT por ano

Ano	Editoriais								
	O Globo			Folha de S. Paulo ¹⁰			O Estado de S. Paulo		
	Total	PT	%	Total	PT	%	Total	PT	%
1989	93	8	8,6	276	46	16,7	263	66	25,1
1994	61	2	3,3				225	23	10,2
1998	84	1	1,2	120	2	1,7	125	9	7,2
2002	100	7	7	182	26	14,3	198	33	16,7
2006	125	56	44,8	148	62	41,9	222	131	59
2010	135	68	50,4	142	65	45,8	222	100	45
2014	113	56	49,6	132	54	40,9	195	122	62,6
Total	711	198	27,8	1.000	255	25,5	1453	484	33,3

Fonte: Elaboração Própria

O partido foi objeto de assunto desde a eleição de 1989, da qual foi finalista, mas, como seria de se esperar, os jornais dedicaram maior atenção a partir da chegada do partido ao poder, em 2003. Como se pode observar nos dados da tabela, a atenção dos jornais aumenta exponencialmente a partir da eleição de 2006, ano da reeleição de Lula e de uma campanha eleitoral que teve o escândalo do “mensalão” como centro. Os diários que mais exploraram questões relacionadas ao PT foram o *Estadão* seguido pela *Folha* e *O Globo*.

3.1. Os editoriais no *O Globo*

Dos 711 editoriais publicados, 27,8% foram sobre questões ligadas direta ou indiretamente ao PT, seus candidatos ou ao governo petista. Contudo, este percentual total não revela a distribuição destes editoriais nos anos mais recentes. Como pode-se observar na Tabela 2, *O Globo* explorou em 44,8% (em 2006), 50,4% (em 2010) e 49,6% (em 2014) dos seus editoriais assuntos que tinham relação com o petismo. Este alto nível de atenção concentrado nestes três episódios eleitorais, correlacionado com o alto nível de valências negativas nos editoriais a partir de 2006, indica que o jornal assumiu uma

¹⁰ Não foi possível a coleta do ano de 2004, devido aos editoriais ilegíveis no arquivo digital da Folha de S. Paulo.

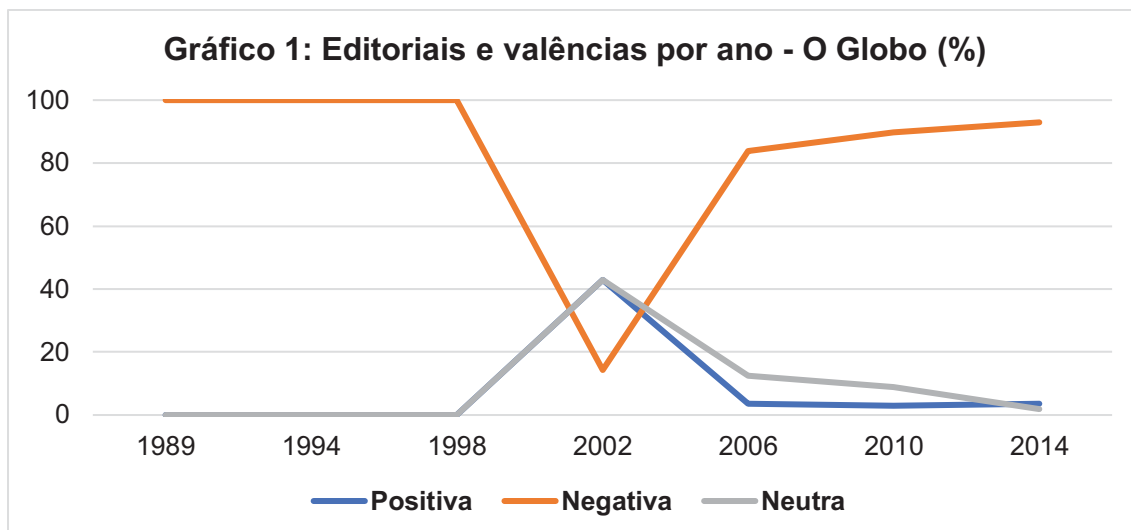
posição fortemente crítica em relação ao petismo quando o PT assumiu o poder. Este dado é corroborado quando confrontado com os números referentes à eleição de 2002, ocasião em que os editoriais foram predominantemente positivos e neutros. Este ano foi um ano de trégua em relação ao petismo, pois, nas eleições anteriores (1989, 1994 e 1998), o jornal publicou poucos editoriais tendo o PT como tema, mas deve-se notar que todos foram negativos, como mostram os dados da mesma Tabela. Visualizando-se todos os anos, o saldo é francamente desfavorável para os petistas: o jornal publicou 86,9% de editoriais negativos contra apenas 4,5% positivos e 8,6% neutros.

Tabela 2: Editoriais relacionados ao PT e valência por ano – O Globo

Ano	Número de Editoriais	Relacionados		Valências					
				Positiva		Negativa		Neutra	
		N	%	N	%	N	%	N	%
1989	93	8	8,6	0	0	8	100	0	0
1994	61	2	3,3	0	0	2	100	0	0
1998	84	1	1,2	0	0	1	100	0	0
2002	100	7	7	3	42,9	1	14,3	3	42,9
2006	125	56	44,8	2	3,6	47	83,9	7	12,5
2010	135	68	50,4	2	2,9	61	89,7	6	8,8
2014	113	56	49,6	2	3,6	52	92,9	1	1,8
Total	711	198	27,8	9	4,5	172	86,9	17	8,6

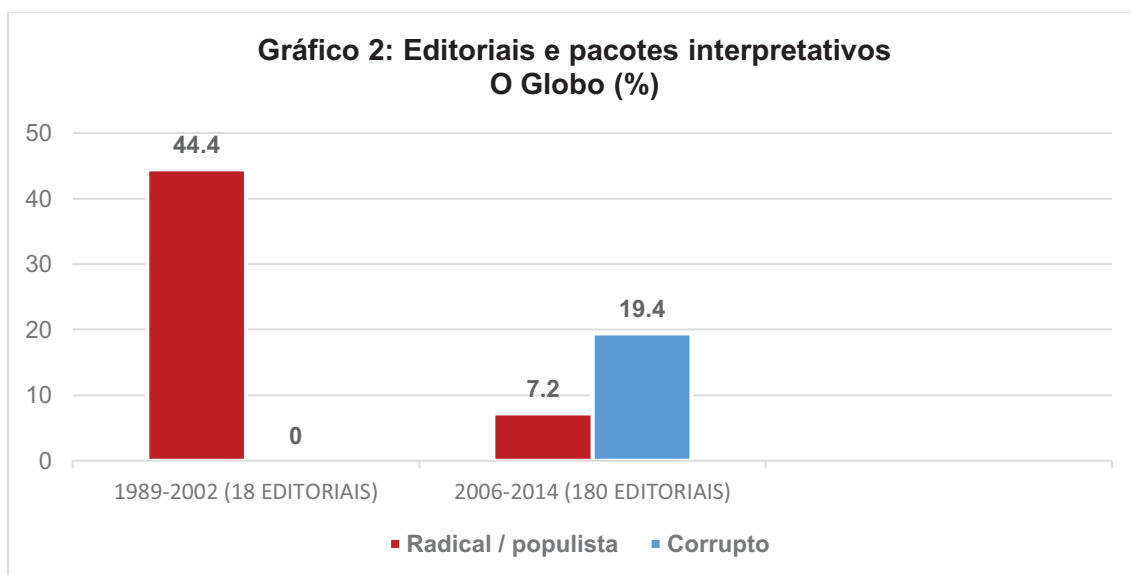
Fonte: Elaboração Própria

Os dados da Tabela estão representados no Gráfico 1 com a variação das valências por ano. Como se pode ver, as valências negativas e neutras são estáveis entre 1989 e 1998, mas com 100% de editoriais desfavoráveis e zero por cento de positivas e neutras, indicando uma oposição cerrada ao petismo. Em 2002, os editoriais positivos ou neutros suplantam os negativos. Mas, a partir de 2006, os editoriais retomam a linha crítica ao petismo.



Entre 1989 a 2002, dos 18 editoriais publicados sobre o PT, quase a metade (44,4%) enquadrava de forma negativa o partido e/ou seu principal líder como esquerdista ou populista. Com o PT no poder, o partido e o governo petista se tornaram não só o foco central da atenção da mídia como telhado de vidro: o jornal carioca publicou 10 vezes mais editoriais tendo como objeto o PT, Lula, Dilma e o governo petista. Mas, como se pode ver no Gráfico 2, o enquadramento dominante (19,4%) passa a ser a do partido corrupto, narrativa estruturada a partir do escândalo do “mensalão”. Este enquadramento acompanha o grande volume de manchetes e notícias sobre a investigação e o julgamento do “mensalão” e seria mantido em 2014 com a “Lava jato”. Entre outros enquadramentos observados no segundo período, destaca-se ainda o que caracteriza o domínio petista como um “projeto criminoso de poder” e o “aparelhamento do Estado” (7,8%) para se perpetuar no controle do País.

Esses pacotes interpretativos foram embalados num conceito-síntese de forte conotação política negativa e reiteradamente usado nos editoriais através do termo “*lulopetismo*”. Esta expressão, empregada a partir do “mensalão”, como um bordão político por colunistas de direita que atuam em blogs antipetistas (como *O Antagonista*), revistas (*Veja*) e rádios (*Jovem Pan*) conservadores, recria e atualiza, com um novo significado, antigos significados, como a expressão “varguismo” – que demonizava politicamente a ala esquerda trabalhista nos anos 1950 e o nacional-desenvolvimentismo da época.



3.2. Os editoriais do *Estadão*

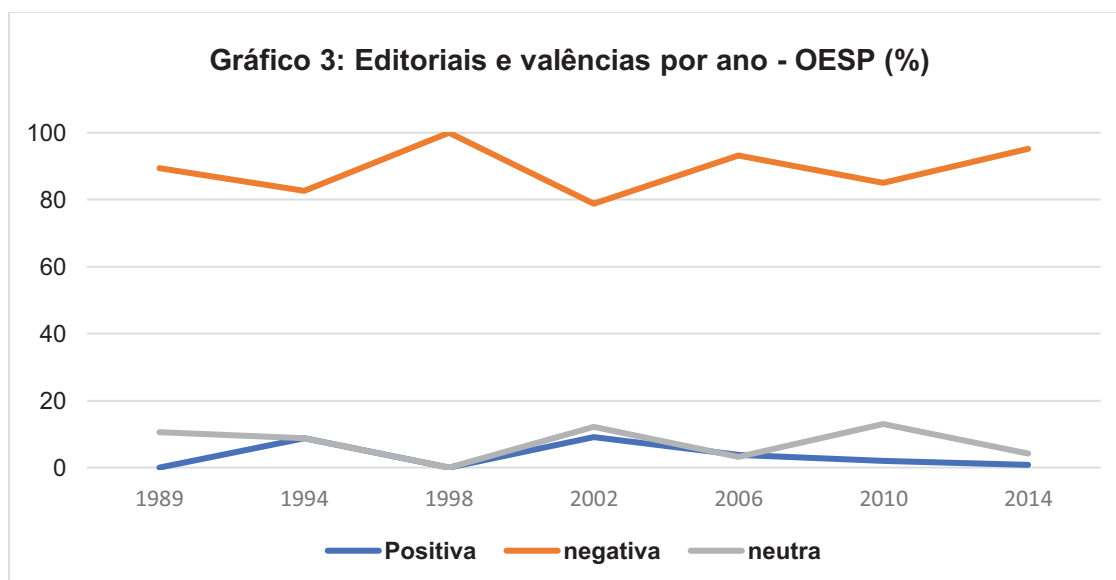
Dos três jornais pesquisados, o *Estadão* é o que mais publicou editoriais no período pesquisado: 1.453 dos quais 484 foram dedicados à temas ligados ao PT e ao petismo (Tabela 3). Este número representa exatamente 1/3 de todos editoriais publicados, o que dá a medida da atenção do jornal ao partido, maior do que a de seus concorrentes, cuja atenção gira em torno de 25%. Este dado está fortemente correlacionado com as valências: considerando os 25 anos e as sete eleições presidenciais, o jornal publicou apenas 2,7% de editoriais positivos contra 90,1% negativos. Ou, em outras palavras, de cada dez editoriais, nove foram desfavoráveis. Este percentual está alinhado com *O Globo* (86,9%) e bem acima da *FSP* (73,3%). A soma das valências neutras (7,2%) com as positivas (2,7%), considerando-se todos os períodos eleitorais, não alcança sequer os 10%, o que caracteriza as posições editoriais do jornal como fortemente críticas às ideias e ações do PT e seus governos.

Tabela 3: Editoriais relacionados ao PT e valência por ano – *Estadão*

Ano	Número de Editoriais	Relacionados		Valências					
				Positiva		Negativa		Neutra	
		N	%	N	%	N	%	N	%
1989	263	66	25,1	0	0	59	89,4	7	10,6
1994	225	23	10,2	2	8,7	19	82,6	2	8,7
1998	125	9	7,2	0	0	9	100	0	0
2002	198	33	16,7	3	9,1	26	78,8	4	12,1
2006	222	131	59	5	3,8	122	93,1	4	3,1
2010	222	100	45	2	2	85	85	13	13
2014	198	122	61,6	1	0,8	116	95,1	5	4,1
Total	1.453	484	33,4	13	2,7	436	90,1	35	7,2

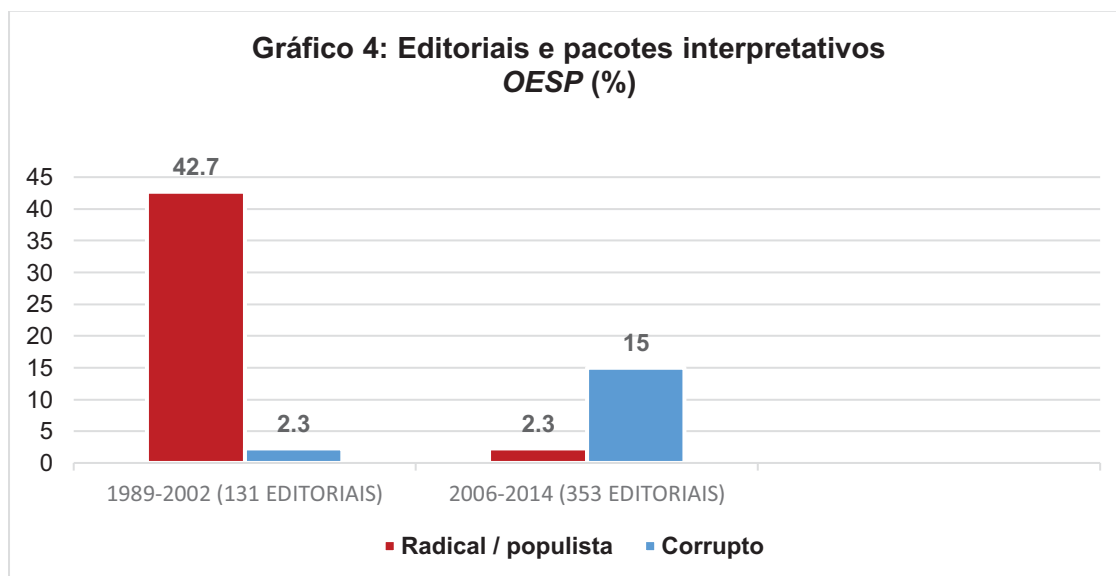
Fonte: Elaboração Própria

Como se pode comprovar no Gráfico 3, o traçado das valências negativas oscila entre os 78,8% e os 100%. Por sua vez, as linhas das valências neutras e positivas seguem também numa trajetória estável, mas nos limites inferiores. Desta forma, dos três veículos pesquisados, o *Estadão* se projeta, ao lado d'*O Globo*, como o mais crítico em relação ao PT e ao petismo.



Em relação aos pacotes interpretativos, o *Estadão*, como *O Globo*, usa com frequência a expressão “lulopetismo” em seus editoriais associada à ideia de um partido que aparelha o Estado para manter seu projeto de hegemonia política (11,6% dos

editoriais). Mas, como no caso do jornal carioca, o diário paulista acionou basicamente dois pacotes interpretativos para enquadrar o petismo em seus editoriais: o radicalismo e o populismo, na fase de ascensão do PT, e a corrupção associada aos mandatos de Lula e Dilma.



3.3. Editoriais da *Folha*

Dos mil editoriais publicados pela *Folha*, 25,5% teve como tema assuntos relacionados ao PT e aos governos petistas. Este percentual ficou abaixo do *Estadão* (33,4%), mas é praticamente igual ao espaço (27,8%) que *O Globo* dedicou ao petismo. Mas, ao contrário dos seus concorrentes, a *FSP* foi o jornal que produziu mais editoriais neutros (23,1% contra 8,6% do diário carioca e 7,2% do paulista). Por sua vez, comparando-se as valências negativas com as positivas publicadas pelo jornal, as desfavoráveis superam por larga margem as favoráveis: 73,3% a 3,9%. Este percentual coloca a *FSP* atrás das outras duas publicações (*Estado*: 93,1 e *O Globo* 86,9% quanto às valências negativas), mas é um número expressivamente alto e não permite afirmar que o jornal tenha tido posição menos crítica em relação ao petismo. Desagregando os dados por ano, pode-se constatar que os textos mais críticos estão concentrados nos anos de 2006 a 2014, ou seja, a partir do ano eleitoral marcado pela discussão do “mensalão” e da “Lava Jato”. No período anterior, o jornal só foi mais crítico em 1989, quando 62,2% dos editoriais foram negativos e nenhum positivo. Em 1998, seguindo o comportamento de

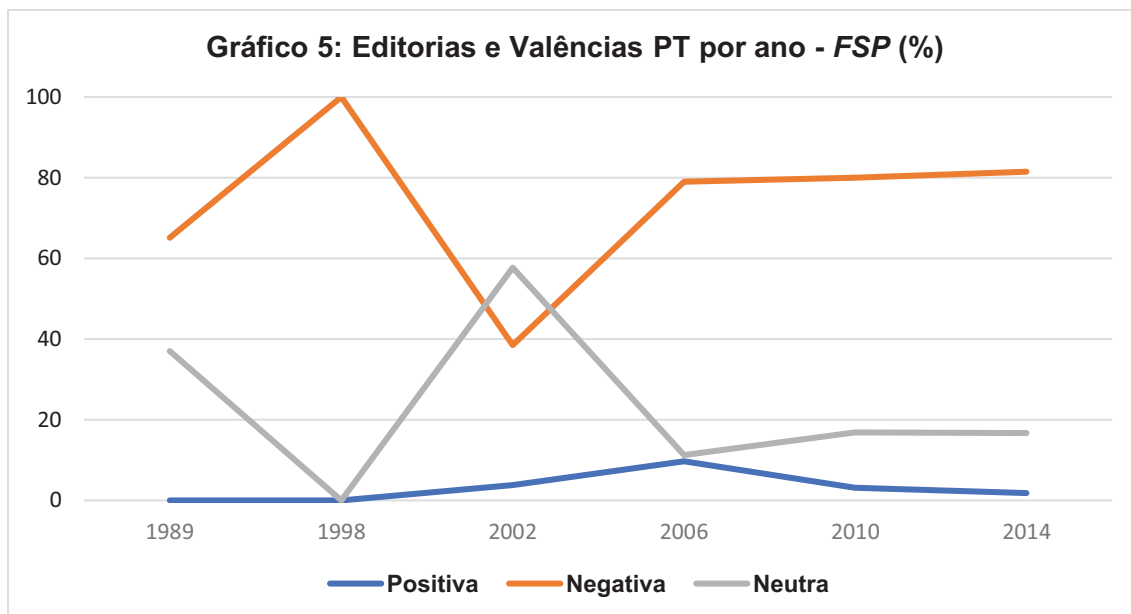
toda a mídia brasileira, a *Folha* publicou apenas dois editoriais abordando temas associados ao PT – e ambos negativos. E, também acompanhando a postura dos meios de comunicação nas eleições de 2002, veiculou 57,7% de textos neutros, superando, assim, os negativos (38,46%) e positivos (3,84%). Em resumo, considerando-se todos os pleitos pesquisados, ainda que tenha publicado o maior número de editoriais neutros, quando comparada com os dois outros jornais, a *Folha* foi tão crítica ao petismo quanto o outro diário paulista e o diário carioca.

Tabela 4: Editoriais relacionados ao PT e valência por ano – FSP

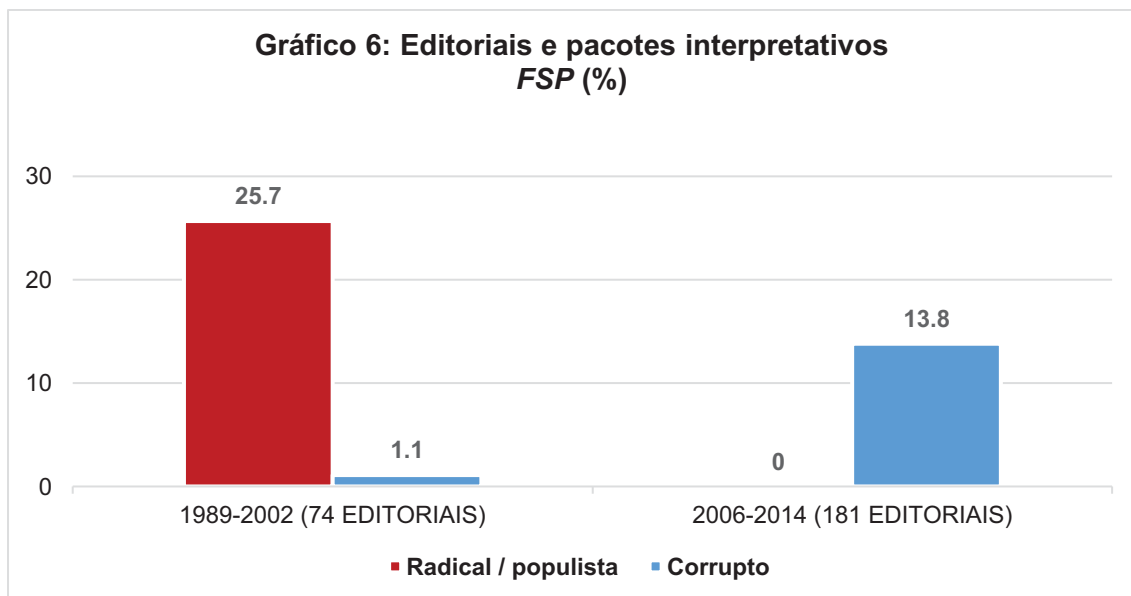
Ano	Número de Editoriais	Relacionados		Valências					
				Positiva		Negativa		Neutra	
		N	%	N	%	N	%	N	%
1989	276	46	16,7	0	0	30	65,2	17	37
1998	120	2	1,7	0	0	2	100	0	0
2002	182	26	14,3	1	3,8	10	38,5	15	57,7
2006	148	62	41,9	6	9,7	49	79	7	11,3
2010	142	65	45,8	2	3,1	52	80	11	16,9
2014	132	54	40,9	1	1,9	44	81,5	9	16,7
Total	1000	255	25,5	10	3,9	187	73,3	59	23,1

Fonte: Elaboração Própria

O Gráfico 5 ilustra a distribuição das valências por ano eleitoral. Note-se o declínio brusco das valências negativas em 2002 e sua elevação em 2006, com a linha se estabilizando, nos anos seguintes, em torno dos 80%, o que torna o padrão da *Folha* convergente com os outros jornais, malgrado o maior percentual de valências neutras.

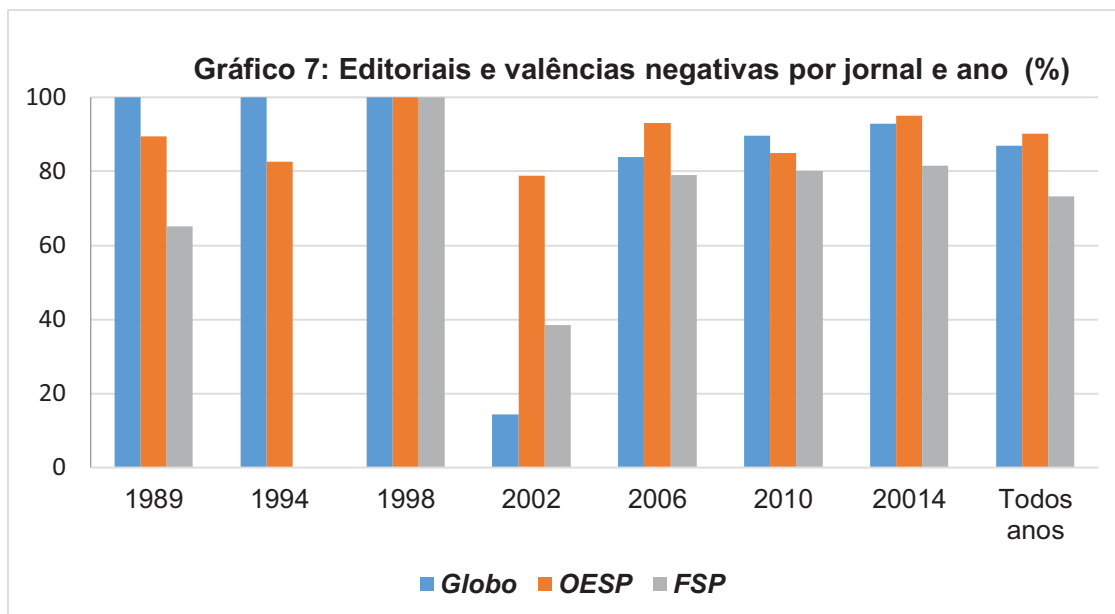


A *Folha* também acionou os mesmos pacotes interpretativos dos seus concorrentes, embora em menor escala. A diferença mais notável que deve ser registrada diz respeito ao pacote “radicalismo/populismo”, na fase pré-governamental do PT: o jornal foi o que menos recorreu a este enquadramento. Mas, na fase governista, acompanha os outros dois, acionando o pacote interpretativo da corrupção e o enquadramento de que o partido aparelha o Estado (7,7%) para manter sua hegemonia política. A expressão *lulopetismo* também foi encontrada nos editoriais a partir de 2006, ainda que com menos frequência do que os dois concorrentes, para qualificar o petismo e sua prática política. Resumindo, e como se pode ver no Gráfico 6 a *FSP* não se diferencia dos outros dois diários no acionamento dos pacotes interpretativos para enquadrar o petismo e sua ação política.

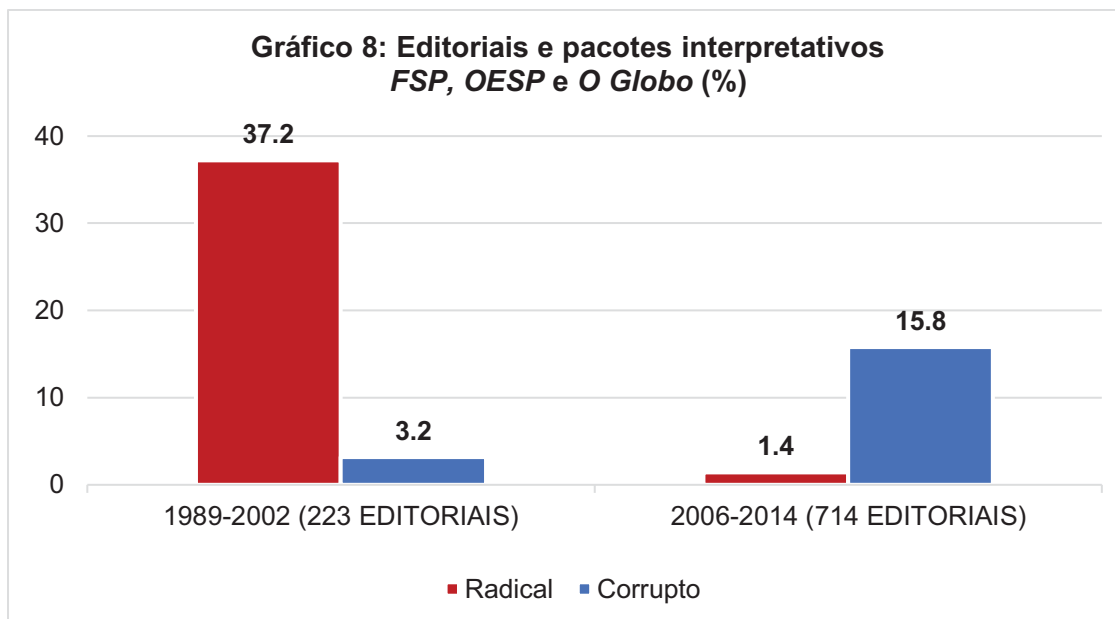


3.4. Comparando os jornais

Os gráficos 7 e 8 mostram, para uma rápida visão comparativa, os dados agregados dos jornais em relação às valências negativas e aos pacotes interpretativos usados pelos três jornais. Como se pode constatar, as valências negativas ocupam uma linha praticamente linear e constante, se mantendo sempre acima de 60% com exceção do ano de 2002. Portanto, a posição crítica dos jornais precede a chegada do PT ao poder e nesse sentido não se pode argumentar que a visão crítica das publicações se devem ao papel fiscalizador do “cão de guarda” que seria próprio da essência da imprensa independente. Em outras palavras, os jornais já tinham e mantiveram uma posição fortemente negativa em relação ao petismo desde sua primeira participação no pleito presidencial de 1989.



Porém, como se pode ver no gráfico 8, as razões desta posição crítica variam conforme o período analisado. No primeiro período, antes do PT ascender ao poder, o enquadramento predominante dos jornais ao criticar o partido e o petismo é o seu esquerdismo, usualmente definido como radical e/ou populista. Com o PT no governo e depois da eclosão do escândalo do “mensalão”, o pacote interpretativo predominante passa a ser a de uma organização corrupta que se utiliza de meios ilícitos para manter o seu projeto de poder, embora o *framing* anterior de um partido populista seja ainda ocasionalmente acionado.



Em síntese, os dados sobre as valências e os pacotes interpretativos mostram que os editoriais em todos os jornais foram predominantemente negativos, tanto no período pré-governamental quanto no governamental do PT, e que enquadramentos dominantes (radical e corrupto) acionados em momentos distintos estruturaram uma narrativa crítica que foi acionada também no passado contra as forças políticas de centro-esquerda.

A Tabela, a seguir, sintetiza a valoração e representação do petismo na grande imprensa no período aqui analisado.

Tabela 5: Imagem predominante do PT na grande imprensa

Anos	Valoração	Representação dominante
1989-98	Negativa	Radical de esquerda, populista
2002	Neutra	Pragmático, socialdemocrata
2006-14	Negativa	Corrupto

Fonte: Elaboração Própria

Conclusões

A partir da trajetória política e histórica dos jornais e dos dados aqui apresentados levanto três hipóteses para discutir o paralelismo político da grande imprensa brasileira.

1. A grande imprensa brasileira, tanto no passado como no presente, atuou e atua no campo da mídia de forma paralela às forças de centro-direita.

Como já mencionado, há um forte consenso no reconhecimento de que a imprensa brasileira desempenhou papel relevante no jogo político pré-64. *O Globo* e o *Estadão*, ao lado dos grandes jornais dos anos 1950 e 1960, como o *JB* e o *Correio da Manhã*, participaram ativamente do debate político durante o segundo governo Vargas e no governo Jango. E, com a exceção já citada da *Última Hora*, sempre atuaram paralelamente ao lado das forças políticas de centro-direita que faziam oposição aos dois governos (Vargas e Jango) de centro-esquerda do passado.

Esta participação política, inibida pela repressão e pela censura durante o período autoritário, marcado pela ausência de embates eleitorais livres e disputas presidenciais diretas, seria retomada com a mesma inclinação política no novo período democrático, inaugurado em 1985. Como relata a literatura sobre o comportamento da mídia nesta nova quadra, a grande imprensa escrita e a TV Globo se alinharam na primeira eleição presidencial direta, em 1989, contra os candidatos da esquerda que, naquele ano, era representada, de forma competitiva, por Lula e Brizola. A famosa edição do debate final Lula X Collor, no segundo turno daquele pleito, favorecendo o candidato de centro-direita, seria a marca emblemática do viés da mídia na disputa eleitoral – de resto, muito claro na leitura dos editoriais da época, nos quais os grandes jornais se posicionaram eleitoralmente. Nas eleições seguintes, num ciclo que vai de 1994 a 2014, abrangendo seis disputas presidenciais ao longo de vinte anos, o embate partidário ganhou uma nítida clivagem ideológica, com a polarização entre petistas e tucanos, tornando, assim, transparente a disputa entre os polos centro-esquerda e centro-direita. Neste confronto, tanto *O Globo* quanto o *Estadão* sempre se posicionaram editorialmente a favor dos candidatos tucanos. No caso da *FSP*, a posição editorial sempre reiterada pelo jornal é a de equilíbrio informativo e neutralidade política, mas essa reivindicação está em contradição com a predominância de editoriais negativos em relação aos petistas. Por sua vez, o argumento de que os jornais externaram legitimamente suas preferências eleitorais e mantiveram esses apoios confinados às páginas de opinião não se sustentam: como indiquei na revisão da literatura vários levantamentos realizados por pesquisadores do período e pelo DOXA-IUPERJ (a partir de 2010, DOXA-IESP) e Manchetômetro (IESP), que acompanharam sistematicamente as coberturas eleitorais dos pleitos presidenciais desde 2002, mostram vieses nas páginas informativas daquelas publicações em favor dos candidatos antipetistas.

2. A convergência da grande imprensa com as coalizões de centro-direita expressa um alinhamento de fundo ideológico que contrapõe o liberalismo vs. o nacional-desenvolvimentismo.

O jogo político brasileiro apresenta uma linha de continuidade em sua clivagem ideológica: o embate histórico entre a direita e a esquerda brasileira se dá, grosso modo, em torno das teses liberais de um lado e, de outro, do nacional-desenvolvimentismo como anota Lamounier (2005). Ao contrário, por exemplo, do Chile, onde a esquerda (comunistas e socialistas), até o governo Allende, adotou uma política classista e tinha o socialismo como projeto político, no Brasil, a esquerda assumiu um programa policlassista tendo como eixo o nacional-desenvolvimentismo em suas diversas variantes históricas, que remonta ao período varguista. O nacional-desenvolvimentismo brasileiro, tanto no passado como no presente, apresenta em linhas gerais como base ideológica o nacionalismo econômico, o estatismo e a defesa de um Estado ativo e regulador na vida econômica e social. No passado, estas ideias gerais foram encampadas pelas forças políticas reunidas em torno do trabalhismo e do PTB de Vargas e Jango, respectivamente, nos anos 1950 e 1960. A crônica histórica dos embates eleitorais deste período pode ser narrada, num plano mais geral, a partir do enfrentamento das forças aglutinadas nesse projeto nacional-desenvolvimentista, sustentada pela aliança PTB-PSD, liderada inicialmente por Vargas e depois por Jango, com as forças adversárias do campo liberal e conservador, sob a liderança da UDN. Paradoxalmente, após a ruptura democrática de 1964, o nacional-desenvolvimentismo teve continuidade no regime autoritário – ideologicamente de direita, mas nacionalista e estatista na economia. Após a redemocratização, esse nacional-desenvolvimentismo foi redefinido e atualizado para a nova conjuntura nacional e internacional, sob a rubrica do “novo desenvolvimentismo” ou “neonacional-desenvolvimentismo”, com forte ênfase nas políticas redistributivas – que seriam defendidas e implantadas pelo PT nos governos Lula e Dilma.

Tendo como referência esse quadro histórico mais amplo, o enfrentamento político e a competição eleitoral entre 1989 e 2014, mas especialmente a partir de 1994, quando se inicia a polarização entre o PT e o PSDB, podem ser subsumidos pelo confronto entre os atores políticos ligados às concepções nacional-desenvolvimentistas e liberais. A eleição de Collor, em 1989, no momento em que o socialismo real desmoronava e que as ideias neoliberais ganhavam o mundo, marcou a primeira vitória das correntes liberais e conservadoras na chamada *Nova República*, interrompida parcial

e provisoriamente com o impeachment e os anos do governo Itamar Franco. A eleição de FHC, em 1994 e 1998, e a implementação de suas reformas liberais devolveram a hegemonia aos liberais – hegemonia essa que só seria quebrada, em 2002, com a vitória de Lula, que devolveria o poder, quase quarenta anos depois, e após o interregno ditatorial, às forças de centro-esquerda.

A grande imprensa, tanto no passado quanto nos anos recentes, apoiou abertamente, através de editoriais, as forças liberais lideradas, nos anos 1940 e 1950, pela UDN e, no presente, pelo PSDB. Contudo, hoje, as empresas jornalísticas são organizações comerciais independentes e autônomas financeiramente, tanto do Estado quanto dos partidos, e o apoio político não deriva de vínculos organizacionais (imprensa partidária) ou ligações políticas (do tipo quadro dos jornais atuando no partido ou vice-versa) nem o endosso eleitoral é dado de modo incondicional ao PSDB e a seus candidatos presidenciais. O que, então, explica o apoio às forças de centro-direita ao longo do tempo, atravessando sistemas partidários e eleições? Lattman-Weltman (2016), por exemplo, sugere a hipótese de que esse apoio se deve a uma estratégia de fidelização do público desses jornais que, sociologicamente, é constituído por um estrato de renda e nível educacional alto e conservador do ponto de vista político. Sem dúvida, esse público compõe a audiência por excelência dos chamados jornais de prestígio e qualidade. Mas, aqui, estamos diante de um dilema do tipo Tostines: “o biscoito vende mais porque é fresquinho ou é fresquinho porque vende mais? “. Os jornais da grande imprensa brasileira, no passado e no presente, sempre foram orientados para o público letrado e para a elite do país e, desde sempre, ostentaram a marca do conservadorismo político – com as exceções referidas nesse trabalho. Assim, embora, de fato, os três grandes jornais aqui pesquisados escrevam para um público que pretendem manter fidelizado, ao imprimirem opiniões políticas ajustadas e coerentes com as preferências políticas do seu leitor, e sem descartar que a suposição da fidelização tenha algum nível explicativo, talvez a hipótese mais robusta e de maior amplitude explicativa é a da afinidade histórica com o ideário liberal-conservador, mais forte e visível no caso *d’O Globo* e *Estadão*, mas também presente no caso da *FSP*. Essa hipótese tem a vantagem de explicar o comportamento da grande imprensa, tanto no passado quanto no presente, e estabelecer uma linha de continuidade entre os dois tempos políticos.

3. Há uma linha de continuidade nos enquadramentos narrativos principais (populismo e corrupção) acionados pela grande imprensa contra as forças de centro-esquerda no passado e no presente.

Os temas presentes nos editoriais sobre o PT e seus governos, analisados aqui, englobam processos conjunturais ligados à dinâmica político-eleitoral, aos escândalos políticos (Mensalão e Lava-Jato) ou às questões da vida social, econômica e administrativa do país. Mas, quando reunidos e classificados a partir de uma ideia organizadora, seja sobre fatos e acontecimentos envolvendo ações e personagens ou ideias e valores, eles ultrapassam os meros relatos episódicos e as questões contingenciais e ganham uma articulação de sentido que revela os enquadramentos interpretativos dominantes que estruturam a narrativa e o discurso jornalístico. Como mostrei, os pacotes interpretativos dominantes sobre o petismo, nos jornais pesquisados, foram de dois tipos, ambos negativos. O primeiro, “*O PT é um partido ideologicamente negativo*” (radical, populista, autoritário, antidemocrático), largamente acionado no período anterior à ascensão do partido ao poder. O segundo, “*O PT é um partido corrupto*”, foi predominante no período governamental do partido, ou seja, entre 2002 e 2014.

Esses dois pacotes, populismo e corrupção, são enquadramentos que foram utilizados também de modo recorrente pela grande imprensa nos anos 1950 e 1960 para descrever os governos de centro-esquerda de Vargas e Jango. Há, portanto, uma clara linha de continuidade na narrativa que estrutura a visão política dos três grandes jornais nacionais diante de partidos, lideranças e governos de centro-esquerda e no acionamento dos pacotes interpretativos baseado nos enquadramentos de fundo ideológico (radicalismo político, populismo) e moralista (escândalos), reproduzindo, desta maneira, o discurso e as armas retóricas usadas pelas forças liberais na luta partidária e no confronto com as correntes de centro-esquerda.

Referências

ABREU, A. A imprensa ajudou a derrubar o governo Goulart. In *João Goulart: entre a memória e a História*. FERREIRA, M.M. (Org.). Rio de Janeiro: Editora FGV, 2008.

AGUIAR, C. B. A imprensa e as eleições de 1989: imagens e atores da política, *Comunicação & Política*. Rio de Janeiro: I (3), p. 179-194, abril/julho, 1995.

ALBUQUERQUE, A. A campanha presidencial no Jornal Nacional: observações preliminares. *Comunicação & Política*. Rio de Janeiro: 1(1), p 23-40, agosto/novembro, 1994.

_____. O Paralelismo político em questão, *Revista Compólitica*, v. 2, n. 1, p. 6-28, jan-jun, 2012a.

_____ On models and margins: Comparative media models viewed from a Brazilian perspective. In: HALLIN D; MANCINI P. (eds.) *Comparing Media Systems Beyond Western World*. Cambridge: Cambridge University Press, p.72-95, 2012b.

ALDÉ, A; MENDES, G; FIGUEIREDO, M. Imprensa e eleições presidenciais: natureza e consequências da cobertura das eleições de 2002 e 2006: In LIMA, V.A. (Org.) *A mídia nas eleições de 2006*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, p. 65-87, 2007.

ALDÉ, A. As eleições presidenciais de 2002 nos jornais. *Alceu Revista de Comunicação Cultura e Política*, Rio de Janeiro: v. 3, n. 1. p. 23-45, 2003.

AZEVEDO, F.A. Imprensa, campanha presidencial e agenda da Mídia. In RUBIM, A. A. C. (org.) *Mídia e eleições 98*, Salvador: Edições Facom, p 31-56, 2000.

_____ A imprensa brasileira e o PT: um balanço das coberturas das eleições presidenciais (1989-2006). *Revista Eco-Pós*, v.12, p.41- 58, 2009.

_____ Eleições presidenciais, clivagem de classe e declínio da grande imprensa. *Revista USP*, v.90, p.84-101, 2011.

BLUMLER, J.G; GUREVITCH, M. Towards a comparative framework for Political Communication research in: Blumler J.G. e Gurevitch, M. (eds), *The crisis of public communication*, p. 59-72, London: Routledge, 1975.

CAPELATO, M. R; PRADO, M. L. R. *O bravo matutino. Imprensa e ideologia: o jornal O Estado de S. Paulo*. São Paulo: Alfa-Ômega, 1980.

CAPELATO, M. R. *Os interpretes das luzes: liberalismo e imprensa escrita paulista – 1920-1945*. Tese (Doutorado) Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, 1986.

_____ *Imprensa e História no Brasil*. São Paulo: Contexto, EdUSP, 1988.
CARVALHO, A.C. *O Caso da Última Hora e o cerco da imprensa ao governo Vargas*, Niterói: Editora da UFF, Nitpress, 2013.

CHAIA, V. Eleições no Brasil: o medo como estratégia política. In: RUBIM, A.A. C. (Org.). *Eleições presidenciais em 2002 no Brasil - ensaios sobre mídia, cultura e política*, São Paulo: p. 29-52, 2004.

COHEN, B. C. *The Press and foreign policy*, Princeton, Princeton University Press, 1963.

DAHL, R. *La Poliarquia: Participación y oposición*. Madrid: Editorial Tecnos, 1989.

EILDERS, C. The impact of editorial content on the political agenda in Germany : theoretical assumptions and open questions regarding a neglected subject in mass communication research (work paper), 1997, <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0168-ssoar-125116> >acesso em 16/05/2016.

ENTMAN, R. Framing toward a clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, vol. 43, nº 4, p. 51-58, 1993.

- FERES JÚNIOR, Análise de valência, debate acadêmico e contenda política. *Revista Brasileira de Ciência Política*, no 20. Brasília, maio - agosto, pp 313-322, 2016.
- FONSECA, F. O consenso forjado: A grande imprensa e a formação da agenda ultraliberal no Brasil. São Paulo: HUCITEC, 2005.
- GAMSON, W; MODIGLIANI, A. Media discourse and public opinion on nuclear power: a constructionist approach”. *American Journal of Sociology*, vol. 95, p. 1-37, 1989.
- GITLIN, T. *The whole world is watching*. Berkeley: University of California Press, 1980.
- GOFFMAN, E. *Frame analysis: an essay of the organization of the experience*. Boston: *Northeastern University Press*, 1974.
- GOLDSTEIN, A. A. De la expectativa a la confrontación: o Estado de S. Paulo durante el primer gobierno de Lula da Silva, Buenos Aires: *Sans Soleil Ediciones Argentina*, 2015.
- GOLDSTEIN, G. T. *Do jornalismo político à indústria cultural*, Rio de Janeiro: Última Hora, 1987.
- GUIMARÃES, C; VIEIRA, R. A. A. Meios de comunicação de massa e eleições: um experimento brasileiro. *Comunicação & Política*, 1(9), p 147-158, 1989.
- HALLIN, D; MANCINI, P. *Sistemas de mídia: Estudo comparativo (três modelos de comunicação e política)*, Lisboa: Livros Horizontes, 2010.
- JORGE, V. L. Os meios de comunicação de massa nas campanhas eleitorais. *Comunicação & Política*. Rio de Janeiro: IV (1), p 126-133, janeiro-abril, 1997.
- LAMOUNIER, B. *Da independência a Lula: dois séculos de política brasileira*, São Paulo: Augurium Editora, 2005.
- LANG K. & LANG, G.E. “The mass media and voting”, E. Burdick (ed.) *American Voting Behavior*, Glencoe, IL, Free Press, pp. 217-235, 1959.
- LATTMAN-WELTMAN F. “Fidelidade ou credibilidade? Desafios políticos ao jornalismo brasileiro contemporâneo”. Paper apresentado no X Encontro Anual da ABCP, 22 f; Belo-Horizonte, 2016.
- LIMA, V. A. Televisão e política: hipótese sobre a eleição presidencial de 1989. *Comunicação & Política*. São Paulo: 9 (11), p 29-54, abril-junho, 1990.
- MANIN, B. As Metamorfoses do governo representativo. In *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, ANPOCS, São Paulo: no. 29, p. 1-24, 1995.
- MATOS, C. *Jornalismo e política democrática no Brasil*. São Paulo: Publifolha, 2008.
- MIGUEL, L. F. Mídia e eleições: A campanha de 1998 na Rede Globo. *Dados*, vol. 42, no. 2, p 253-276, 1999.

RUBIM, A.A.C; AZEVEDO, F.A; Mídia e política no Brasil, *Lua Nova – Revista de Cultura e Política*, São Paulo: no. 43, p 189-216, 1998.

RUBIM, A. A. C; COLLING, L. Mídia e eleições presidenciais no Brasil pós-ditadura. *Comunicação e Política*, Rio de Janeiro: v. 22, n. 3, p 169-189, 2004.

SEYMOUR-URE, C. *The political Impact off Mass Media*, Londres: Constable, Sage, 1974.

SODRÉ, N.W. *História da imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro: Mauad, 4ª. ed. 1999.

SWANSON, D. L; MANCINI, P. *Politics, media, and modern democracy: International study of innovations in electoral campaigning and their consequences*. London: Praeger, 1996.

TASCHNER, G. *Folhas ao vento: Análise de um conglomerado jornalístico no Brasil*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.