

| Jornais e política no Brasil (1985-2022)

| *Periódicos y política en Brasil (1985-2022)*



Fernando Antônio Azevedo
Professor Titular aposentado da
Universidade Federal de São Carlos –
UFSCar (Brasil).
f.azevedo@me.com
ORCID: 0000-0003-2696-7589

Cómo citar el artículo

Azevedo, Fernando Antônio (2025): «Jornais e política no Brasil (1985-2022)». *Revista Más Poder Local*, 61: 15-33. DOI: 10.56151/maspoderlocal.282

Resumo

O artigo descreve e analisa a relação entre o jornalismo político e o processo político brasileiro de 1985 a 2022, com foco nas posições editoriais da chamada «grande imprensa» (Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo e O Globo) em relação a partidos e candidatos ao longo de oito eleições presidenciais (1989 a 2022). Fornece também uma retrospectiva da relação política dos jornais em contextos anteriores, como o período democrático de 1945-1964 e o período da ditadura militar (1964-1985). A principal conclusão é que os jornais analisados têm posição dominante no sistema midiático e sempre atuaram como ator político relevante, propondo, endossando ou criticando ideias, projetos e ações políticas e posicionando-se em disputas eleitorais a partir de uma linha editorial liberal-conservadora.

Palavras-chaves

Brasil; política; jornalismo; editoriais.

Resumen

El artículo describe y analiza la relación entre el periodismo político y el proceso político brasileño, de 1985 a 2022, enfocándose en las posiciones editoriales de la llamada «gran prensa» (Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo y O Globo) en relación con los partidos y candidatos a lo largo de ocho elecciones presidenciales (1989 a 2022). También hace una retrospectiva de la relación política de los periódicos en contextos anteriores, como el período democrático de 1945-1964 y el período de la dictadura militar (1964-1985). La principal conclusión es que los periódicos analizados tienen una posición dominante en el sistema de medios y siempre han actuado como un actor político relevante, proponiendo, respaldando o criticando ideas, proyectos y acciones políticas y posicionándose en disputas electorales desde una línea editorial liberal-conservadora.

Palabras clave

Brasil; política; periodismo; editoriales.

«O jornalismo é o primeiro rascunho da história».

Phil Graham (Editor do *Washington Post*, 1963).

1. Introdução

Neste artigo apresento e analiso, numa perspectiva histórica, a relação entre o jornalismo político e o processo político brasileiro a partir da redemocratização do país, em 1985, tomando como referência as posições editoriais dos grandes jornais de circulação nacional em relação aos partidos e candidatos ao longo de oito eleições presidenciais do período (1989 a 2022). Antes, porém, faço uma retrospectiva da relação política da imprensa em contextos políticos anteriores: a quadra democrática de 45-64 e o período da ditadura militar (64-85). Esta retrospectiva é útil para uma visão longitudinal e compreensão das rupturas e continuidades da imprensa brasileira e sua relação com o campo político nas diversas conjunturas do passado.

A premissa básica que orienta o artigo é que os jornais atuam como atores políticos (Cook, 2011) influentes no debate público e no jogo político das democracias modernas. Embora hoje o jornalismo político no país extrapole os limites da mídia tradicional com o advento da mídia digital, os objetos de análise aqui serão os editoriais dos jornais diários da chamada «grande imprensa»: *Folha de S. Paulo (FSP)*, *O Estado de S. Paulo (Estadão)* e *O Globo* que são considerados os mais relevantes na formação e fixação da agenda política e da opinião pública brasileira. É nos editoriais, que tem sido objeto de pesquisas no Brasil, entre outros autores relevantes, por Azevedo (2017), Marques, e Mont’Alverne (2015), Mont’Alverne e Marques (2018), Marques (2018), que os jornais espelham sua alma política, vocalizam suas opiniões e se posicionam sobre os atores políticos e questões públicas em debate na sociedade.

Três informações prévias sobre o perfil do sistema de mídia brasileiro (Halin e Mancini, 2010; Albuquerque, 2012; Azevedo, 2017) e o *modus operandi* do jornalismo político ajudam o leitor a entender e situar a imprensa no mercado de informação brasileiro e como ator político.

Primeiro: o jornalismo político brasileiro contemporâneo opera num sistema midiático formado por empresas comerciais, independentes e apartidárias, mas fortemente concentrado e monopolizado com o predomínio de corporações de mídia controlados por três famílias empresariais: os Mesquitas (grupo *Estado*), Frias (grupo *Folha*) e Marinho (grupo *Globo*). Estes conglomerados, além dos jornais, estão presentes nas mídias digitais, controlam portais, plataformas de streaming, agências de notícias, parques gráficos e editoras e o grupo *Globo*, o mais poderoso do ponto de vista empresarial, é um ecossistema que possui uma extensa propriedade cruzada composta por revistas, redes de rádio e televisão (*TV Globo*, aberta e *Globonews*, a cabo, ambas líderes de audiência em seu segmento) e streaming (*Globoplay*).

Segundo: este sistema midiático tem uma reduzida diversidade (pluralidade interna e externa) político-ideológica. Os três grandes jornais possuem

em comum, com diferenças de estilo e ênfase, um perfil editorial liberal-conservador do ponto de vista político. Com a exceção da revista *Carta Capital* e de alguns blogs e sites de jornalistas independentes, não há mídia com circulação e audiência nacional relevantes que vocalizem as posições situadas à esquerda do espectro partidário.

Terceiro: o jornalismo político nos jornais é formatado com as seguintes características mais gerais, em parte emuladas do jornalismo americano: a) é fortemente opinativo, com ênfase nos editoriais e nos artigos e colunas assinadas; b) é um jornalismo declaratório (baseado em entrevistas dos operadores políticos e do mercado financeiro); c) funciona mediante enquadramentos dominantes do tipo estratégico de jogos («ganhos e perdas», «vencedores e derrotados» em detrimento de questões substantivas) e, nos processos eleitorais, pela ótica da «corrida de cavalos» alimentada pelas pesquisas eleitorais. Estas características são reproduzidas nas emissoras de rádio mais informativas e nos noticiários políticos da televisão aberta e a cabo.

2. Procedimentos metodológicos

Os estudos históricos envolvem uma série de métodos e procedimentos que os historiadores lançam mão para pesquisar, analisar e interpretar o passado. Esses procedimentos incluem a análise de fontes primárias e secundárias, a contextualização histórica e a construção de narrativas históricas. Entre essas fontes, desde a Escola dos Annales e da Nova História, encontram-se os arquivos jornalísticos que se tornaram uma fonte de informação valiosa para a análise do processo político e seus atores políticos, incluindo aí a própria mídia.

A partir desta perspectiva metodológica os dados que apoiam a contextualização histórica e a análise qualitativa dos jornais aqui pesquisados foram obtidos de uma dupla fonte: a) revisão da literatura (ver bibliografia) mais geral sobre o processo político brasileiro e mais especializada sobre a modernização da imprensa brasileira e sua profissionalização e o comportamento da mídia nas disputas políticas; b) a análise de editoriais (amostragem intencional) que exemplificam a posição oficial dos jornais em relação às eleições presidenciais, crises políticas e institucionais e atores políticos.

A revisão da literatura permitiu descrever o contexto histórico da política brasileira, a evolução do jornalismo brasileiro e de seu jornalismo político, bem como uma visão longitudinal do comportamento dos jornais no plano político. Por sua vez, os editoriais foram selecionados de forma não-aleatória e intencional, publicados nos períodos históricos aqui analisados a partir das seguintes palavras-chave: eleição presidencial, partidos, Sarney, Collor, FHC, Lula, Dilma, Temer, Haddad, Bolsonaro, impeachment (Collor e Dilma), governo, oposição, crise política, golpe militar ou revolução de 1964, ditadura, AI-5. Após uma triagem inicial, foram selecionados para evidenciar e ilustrar a atuação política dos jornais os editoriais que mencionavam avaliação (positiva, negativa ou neutra) ou posicionamento (favorável, contrário ou neutro) das publicações em relação aos atores políticos nas disputas eleitorais e crises político-institucionais.

3. Antecedentes: o jornalismo político antes de 1985

3.1. O jornalismo político nos anos 45-64

O moderno jornalismo político brasileiro nasce em meados do século passado como resultado da redemocratização do país e da modernização dos grandes jornais diários nos anos 50 (Ribeiro, 2007; Abreu, 1996).

O Brasil tinha se redemocratizado em 1945, com a queda do *Estado Novo*, o regime ditatorial instaurado por Getúlio Vargas, em 1937, em continuidade à Revolução de 30 que o levou ao poder. Herdeiros do jornalismo comercial da República Velha (1889-1930), os grandes jornais nos anos 40 permaneciam tecnicamente arcaicos: com diagramação, tipografia e formato antigos, suas redações eram compostas por quadros sem formação jornalística, geralmente recrutados no meio intelectual entre literatos e aspirantes a escritores. Com uma rotina produtiva amadora, não havia, na prática jornalística, separação nítida entre opinião e informação nem objetividade e equilíbrio nas páginas informativas. Em síntese, os jornais desse período operavam com práticas pré-profissionais, sofriam pressão financeira do governo e grupos econômicos e tinham como público por excelência as elites econômica, política e intelectual do país (Barbosa, 2007).

Nos anos 50, com a democracia restaurada e liberdade de imprensa, o Brasil começa a se transformar num país urbano com uma classe média em expansão e um novo público leitor para além do círculo da elite. Ou seja, a incipiente indústria cultural dos anos 40 começa a se diversificar e ampliar o mercado consumidor com novas demandas (Ortiz, 1994). Assim, nesse novo ambiente, a modernização da imprensa se tornou inadiável para os empresários do setor que anteviam a expansão do mercado de informação no país. Os principais jornais do país com peso e influência na opinião pública eram editados no Rio de Janeiro, então a capital do Brasil: *O Globo* e o *Jornal do Brasil* (JB) e os hoje extintos *Diário Carioca*, *Tribuna da Imprensa*, *Correio da Manhã* e *Última Hora*. Em São Paulo circulava *O Estado de S. Paulo*, publicação conservadora fundada em 1875 e ligado às oligarquias rurais, além de três outros jornais de menor importância na época (*Folha da Manhã*, *Folha da Tarde* e *Folha da Noite*) que, anos mais tarde (1960), se fundiriam e dariam origem à *Folha de S. Paulo*. Além desses veículos, deve ser mencionado o conglomerado de mídia *Diários Associados* (fundado em 1924), do jornalista e empresário Assis Chateaubriand, que chegou a ser a maior corporação de imprensa do Brasil e editava a influente revista *O Cruzeiro*, que circulou entre 1928 e 1975. O grupo, hoje reduzido a alguns veículos regionais, também era proprietário de uma extensa rede de rádios e foi pioneiro na implantação da televisão no Brasil (em 1950 com a *TV Tupi*).

A modernização da imprensa diária iniciou com os jornais *Diário Carioca*, fundado em 1928 e extinto em 1965, e o *Jornal do Brasil*, criado em 1871 e ainda em circulação, mas disponível apenas em formato digital. Os dois veículos, entre os anos 1956 e 1959, implementaram reformas gráficas, renovaram suas redações com jornalistas de carreira e incorporaram técnicas jornalísticas da imprensa americana, como as normas de equilíbrio e objetividade e a separação entre opinião e informação. Nesse novo modelo, de *jornalis-*

mo factual, voltado para um público heterogêneo, a imprensa passava a ser concebida como um investimento comercial capaz de atrair anunciantes e leitores e, portanto, o lucro tornava-se mais importante do que a ideologia ou partidarismo (Abreu, 2002).

Com a modernização e a ampliação do público leitor, o jornalismo político ganhou peso e importância nos veículos da imprensa. Até porque as eleições presidenciais de 1946, a primeira após a redemocratização em 45, mobilizaram eleitores e a atenção da mídia. E o acompanhamento das atividades do executivo e do legislativo no novo regime demandava uma cobertura política mais dedicada e comentários de colunistas especializados sobre o jogo político e seus atores nas diversas arenas decisórias.

Nos anos 50 e até o golpe militar de 1964 a política partidária girou em torno de duas tendências políticas: o varguismo de inclinação estatizante e nacionalista e o antivarguismo de inspiração liberal (e seus sucedâneos nos anos 60: reformistas e antirreformistas) que dividiu os partidos e as alianças eleitorais e, por extensão, a posição editorial dos jornais. (Skidmore, 2010; Schwarcz e Starling, 2015) Essa clivagem iria se cristalizar na política brasileira opondo o nacional-desenvolvimentismo e o liberalismo, divisão que perdura até hoje entre a esquerda e a direita (Lamounier, 2005). E que se refletia nos editoriais e nas colunas dos jornais, espaço privilegiado onde reside a alma política dos jornais.

O campo de centro-esquerda era conduzido pela aliança entre o Partido Social-Democrata (PSD) que, apesar do nome, era conservador e reunia a oligarquia rural; e o Partido Trabalhista Brasileiro (PTB), de base operária e sindicalista, ambos criados e influenciados por Getúlio Vargas. No outro polo, com raízes e base eleitoral na classe média urbana e setores industriais, a direita liberal era visceralmente antivarguista e representada pela UDN que tinha como um dos seus principais líderes o jornalista e político Carlos Lacerda, proprietário da *Tribuna da Imprensa*. Era em torno desses três partidos e dos dois polos políticos que as demais siglas partidárias gravitavam em alianças ocasionais nos períodos eleitorais.

Quanto às posições editoriais e políticas dos jornais, elas sofrem conversões e alternância no período. A maioria dos jornais influentes se alinhava com as teses liberais e, portanto, em maior ou menor grau, e com diferença de ênfase, politicamente era antivarguista desde o *Estado Novo*. Era o caso da *Tribuna da Imprensa*, *Estadão* e *O Globo* que, nas eleições presidenciais de todo o período 46-64, apoiaram os candidatos liberais e antivarguista. Mas outros veículos, se eram também antivarguista até 1954 (ano do suicídio de Vargas, que voltou ao poder eleito em 1950), nos anos seguintes, em conjuntura diversa, assumiram posições divergentes ou neutras. O *Diário Carioca*, por exemplo, endossou candidatos do polo centro-esquerda (Juscelino Kubitschek, eleito presidente em 1955, e Lott, derrotado em 1960, ambos do PSD). Por sua vez, o *Correio da Manhã* e o *JB* optaram pela neutralidade nessas eleições. Por outro lado, o único jornal de grande circulação com orientação de centro-esquerda era a *Última Hora*, fundada, em 1951, com o apoio de Vargas.

Em 1960, foi eleito presidente Jânio Quadros, com apoio da UDN, juntamente com João Goulart (Jango), do PTB e considerado sucessor político

de Vargas, como vice-presidente. Na época, os cargos tinham eleições separadas. Assim, se elegeu um presidente de centro-direita e um vice de centro-esquerda. Jânio renunciou inesperadamente em agosto de 1961 e, após uma tentativa de impedir sua posse por parte dos ministros militares, Jango assumiu o governo depois de um acordo político que mudou a constituição e instaurou o parlamentarismo. Após um plebiscito, em 1962, o presidencialismo foi restaurado. Na crise da renúncia de Jânio, a maioria da grande imprensa da época (*Correio da Manhã*, *Jornal do Brasil*, *Última Hora*) manifestou-se contra a tentativa de impedir Goulart de assumir a presidência.

A política brasileira sofreria então uma crescente ideologização e radicalização. No plano externo, pelo acirramento da guerra fria, a presença de Cuba socialista e de focos de guerrilha na América Latina. No plano interno, pela crescente polarização ideológica decorrente do fortalecimento do movimento sindical e de massas em torno de reformas sociais, especialmente a reforma agrária que mobilizava o campesinato no Nordeste do país, e do apoio do governo Jango às bandeiras reformistas. Com o país polarizado e a crise política escalando rapidamente, com grandes manifestações de massa pró e contra as reformas, os setores conservadores (PSD e UDN) dos dois polos políticos convergiram no apoio ao golpe militar que derrubou o governo Jango, em março de 1964, e inaugurou uma ditadura que perduraria 21 anos.

Com exceção do *Diário Carioca* e da *Última Hora*, que apoiavam o governo Jango, todos os jornais da chamada grande imprensa apoiaram a intervenção militar. Três editoriais, dois publicados no *Correio da Manhã*, «Basta» (31/04/1964) e «Fora» (01/04/1964) e um no *O Globo* (02/04/1964), «Ressurge a democracia» resumem o espírito e o tom editorial adotado pelos jornais liberal-conservadores e o apoio incondicional ao golpe de Estado.

3.2. O jornalismo político na ditadura militar (1964-1985)

A ditadura militar pode ser dividida em duas fases: antes e depois do Ato Institucional n.º 5 (AI-5) decretado em dezembro de 1968 (os Atos Institucionais eram decretos-leis emitidos pelo governo militar). Na primeira fase do regime militar, a imprensa funcionou com relativa liberdade. Porém, no campo político-institucional, os políticos de centro-esquerda foram cassados e os mais combativos presos ou exilados, os sindicatos sofreram intervenção e expurgo, os partidos dissolvidos e substituídos por um bipartidarismo artificial: a ARENA (Aliança Renovadora Nacional) de apoio ao governo militar e o MDB (Movimento Democrático Brasileiro) da oposição legal.

Com o AI-5, a ditadura se aprofunda e instaura a censura à imprensa, especialmente rígida em relação aos meios eletrônicos (TV e rádio), que só perderia vigência com a abertura política instaurada pelo regime na segunda metade dos anos 70 como uma etapa para a transição para a democracia. Ao longo desse período seja por pressão do governo militar ou por razões comerciais vários dos jornais tradicionais do período anterior foram extintos (*Última Hora*, *Correio da Manhã*, *Diário Carioca* e a *Tribuna da Imprensa*) ou editados apenas na versão digital, caso do *JB* (Aquino, 1999; Chammas, 2012).

Dos grandes jornais que sobreviveram, e que formam hoje a grande imprensa, apenas o *Estado* assumiu uma postura oposicionista ao regime a partir de uma crítica liberal-conservadora contrária à censura e favorável a um governo civil, ainda que nos limites de uma democracia restrita, expurgada das correntes mais ideológica da esquerda. Deve ser mencionado, ainda, como uma voz crítica ao regime após o AI-5, a revista de informação semanal *Veja*, do então poderoso grupo editorial Abril (dedicado à publicação de revistas e hoje extinto) e na época líder de circulação na sua categoria. *O Globo* e a *FSP*, ao contrário, apoiaram, a despeito de divergências circunstanciais e secundárias (Dias, 2019), o governo militar durante todo o ciclo político autoritário antes da tímida abertura política adotada nos últimos anos da ditadura.

Apesar da censura, nesse período floresceu no país uma imprensa alternativa (*O Pasquim*, *Opinião*, *Movimento*, *Versus* entre outros títulos menos importantes) editados semanalmente em formato de tabloide e com uma circulação relativamente expressiva. Estes jornais, que reuniam jornalistas e humoristas críticos do regime militar, desafiavam a censura e formavam o que na época se chamou de «imprensa nanica» para se diferenciar da grande imprensa. Misturava humor, política, comportamento e crítica social. Com a abertura política e o restabelecimento da liberdade de imprensa esses jornais entraram em declínio e deixaram de circular no início dos anos 90 (Kucinsky, 1991).

Com a posse do General Geisel, o penúltimo presidente-militar deste ciclo autoritário, em 1974, iniciou-se então o processo de uma abertura política lenta e gradual para a democracia sob o controle dos militares que só foi concluída no final do mandato do último general-presidente (Figueiredo), em 1985. Esse longo processo levou à abolição da censura à imprensa, em 1976, a anistia política, em 1979, que possibilitou o retorno dos exilados políticos ao país, e ao fim do bipartidarismo artificial e a criação de novos partidos (1979) que deu origem ao atual sistema partidário. Neste contexto o jornalismo recuperou a sua capacidade de refletir a opinião pública –que pressionava pelo avanço da redemocratização. O ponto alto deste processo foi a campanha das «Diretas, já», em 1984, um movimento político suprapartidário em defesa do retorno do voto popular para a presidência (abolidas a partir do golpe militar). Este movimento, que reuniu milhões de pessoas em concentrações nas ruas, terminou derrotado em votação no Congresso (emenda Dante de Oliveira) e a última eleição presidencial sob o signo do regime militar se deu novamente de forma indireta, em 1985, mas com a vitória de um oposicionista moderado (Tancredo Neves) que faleceu antes da posse (assumindo o vice, José Sarney, antigo aliado do regime militar que aderiu à candidatura oposicionista).

A campanha das «Diretas já» foi, talvez, o maior movimento político suprapartidário de massa na história recente do país e teve na *FSP* um apoio fundamental na divulgação e defesa da proposta de emenda constitucional. O jornal tinha decidido, na esteira da abertura política, redefinir sua imagem e se reposicionar editorialmente como um veículo plural e progressista para atrair leitores nos estratos mais jovens e de classe média. Com um novo formato gráfico e uma redação renovada com jornalistas de peso e colunistas progressistas, o jornal apoiou o movimento pela anistia política e, em seguida, engajou-se na campanha das «Diretas já». Os demais veículos, embora

apoando a abertura política, se mantiveram neutros diante da campanha das «Diretas já» e o principal canal de televisão do país (*TV Globo*) só deu visibilidade ao movimento das «Diretas já» depois que as grandes manifestações de rua não podiam ser mais ignoradas.

4. O jornalismo político na atual quadra democrática

4.1. A eleição presidencial de 1989

A primeira eleição presidencial direta após a redemocratização foi realizada em 1989, após os seis anos do governo civil de transição do regime autoritário para o democrático. O país vivia uma crise econômica e um clima de frustração e desalento com o primeiro governo civil, então desgastado pela inflação galopante e acusações de corrupção. Este momento negativo apontava para um clima no eleitorado favorável à mudança política e às candidaturas oposicionistas, seja à esquerda ou à direita.

A disputa eleitoral, pela sua novidade, e a primeira em que a televisão se transformou na principal arena comunicativa, mobilizou intensamente a cobertura eleitoral dos jornais e dos noticiários televisivos. A disputa, com 22 candidatos no primeiro turno, foi polarizada desde o início entre a esquerda, com dois candidatos competitivos (Lula da Silva, do Partido dos Trabalhadores - PT, e Leonel Brizola, do Partido Democrático Trabalhista - PDT), e a centro-direita representada por Fernando Collor, um ex-governador de um pequeno estado nordestino que se apresentava como *outsider* e antissistema. Filiado a um pequeno e inexpressivo partido e adepto do neoliberalismo, Collor atropelou no primeiro turno eleitoral os candidatos das principais legendas de centro-direita e polarizou a eleição com os dois rivais da esquerda ganhando, assim, o apoio político e financeiro da elite econômica para o segundo turno que disputaria com Lula e seria eleito.

Diante desse quadro eleitoral, a grande imprensa favoreceu em suas coberturas a imagem pessoal e política de Collor (Conti, 1999). Seu nome e sua agenda temática (combate a corrupção e privilégios) teve uma grande exposição e visibilidade na mídia, mesmo antes da sua candidatura formal: pesquisadores levantaram 57 matérias positivas veiculadas na grande imprensa (*Estadão*, *FSP*, *O Globo* e *JB*) entre 1986 e 1989 nas quais sua imagem era construída conforme seu marketing político (Lattman-Weltman, Carneiro e Ramos, 1994).

Durante a campanha, num endosso político direto, *O Globo* publicou um editorial («Convocação», 02/04/1989), assinado pelo seu proprietário Roberto Marinho, conclamando uma união em torno da candidatura de Collor contra os «projetos caudilhescos» (Brizola) e «sectários» (Lula). E, após o debate final do segundo turno, a TV Globo pôs no ar uma polêmica edição com cortes favoráveis ao Collor e desfavoráveis a Lula que vários analistas consideraram que influenciou o resultado eleitoral.

O *Estadão*, embora sem endossar formalmente um candidato na disputa, publicou metodicamente matérias caracterizando o PT como um partido radical e antidemocrático e seus militantes como milícias políticas e as revistas semanais *Veja* e *Isto É* promoviam em capas e reportagens a representação de Collor como um «caçador de marajás» em alusão à suposta casta do poder e da burocracia do Estado.

Por sua vez, a *FSP* se declarou neutra em editorial («Hora da decisão», 15/11/1989), mas abriu espaço durante a cobertura para que seus colunistas publicassem artigos críticos tanto a Collor quanto aos seus principais concorrentes da esquerda. Porém, no segundo turno, o jornal mudou o tom e a intensidade da sua cobertura em relação ao candidato petista, com diversas manchetes e matérias negativas que atingiam sua candidatura e seu partido, favorecendo, assim, indiretamente a candidatura de Collor (Kovalsky e Sabtis, 2010).

4.2. A bipolarização PSDB e PT (1994-2014)

O governo Collor, iniciado em 15 de março de 1990, durou 2 anos e sete meses, quando foi afastado provisoriamente pelo Congresso na abertura do processo de impeachment. Sem base partidária sólida, apoio parlamentar e acusado de corrupção e tráfico de influência, Collor renunciou em dezembro de 1992, sendo substituído pelo seu vice, Itamar Franco, que nomeou o então senador Fernando Henrique Cardoso (FHC) ministro das Relações Exteriores e, posteriormente, em maio de 1993, da Fazenda (Economia). O Brasil tinha, então, como principal problema nacional, uma hiperinflação que, em dezembro de 1993, chegou a 2.477,15% anuais. Em fevereiro de 1994, a três meses da eleição presidencial de 1994, FHC lançou o Plano Real, um conjunto de medidas econômicas que lançou uma nova moeda e derrubou a escalada inflacionária. O sucesso do Plano Real, com forte adesão popular e apoio de toda a mídia, se converteu no capital político que lastreou a candidatura vitoriosa (com 54,28%) de FHC à presidência pelo Partido da Social-Democracia Brasileira (PSDB), uma dissidência do MDB, criado em 1988. Seu principal concorrente foi o Lula cuja campanha acusava o plano econômico de estelionato eleitoral.

Com o campo da esquerda ocupado pelo PT, FHC e o seu partido, também conhecido como «tucanos», apesar das raízes de centro-esquerda se posicionaram na disputa eleitoral com um programa liberal na economia e aliado com o partido de centro-direita (Partido da Frente Liberal - PFL) herdeiro da antiga Arena. Portanto, além da questão da continuidade do Plano Real, que transformou o pleito numa disputa plebiscitária, a eleição ganhou também, pelo menos na imprensa *mainstream*, uma dimensão ideológica relevante sobre visões econômicas distintas: pela esquerda, um projeto nacionalista, estatista e de um Estado forte, e pela direita o liberalismo favorável à privatização, redução do Estado e desregulamentação da economia.

A grande imprensa, coerente com sua posição historicamente liberal na economia, se alinharia com as teses de centro-direita em todo o ciclo político polarizado entre o PSDB e o PT que perduraria por vinte anos e seis eleições presidenciais, duas delas vencidas pelos tucanos (1994 e 1998) e quatro pe-

los petistas (2002, 2006, 2010 e 2014) (Carvalho, 2006). Além do apoio unânime ao Plano Real e, portanto, indiretamente à candidatura de FHC em 1994 (Figueiredo, 1998) e na reeleição em 1998, (Azevedo, 2000) a *FSP* e *O Globo*, embora sem endossar o tucano (ao contrário do *Estado*), definiam em seus editoriais Lula e seu partido como radicais e seu programa de governo socialista pela sua orientação estatista e intervencionista na economia.

Dois editoriais mostram a posição da grande imprensa em relação à candidatura petista em 1994 e 1998: «Se o infantil antiamericanismo do discurso para a política externa e o recurso ao desgastado jargão socialista da luta de classes já causam desalento, as propostas para a área econômica provocam calafrios. Recusando lições da história, os Pterodáctilos prometem, em caso de vitória, reeditar medidas cujo fracasso já foi exaustivamente comprovado...» (editorial «Pterodáctilos», *FSP*, 3/02/1994). O *Estado*: «(...) Da última vez em que o Brasil teve um presidente de esquerda, inconsequente e incompetente, o resultado foi uma ditadura de 20 anos. O Presidente Fernando Henrique que é um verdadeiro estadista (...) inspira confiança aos setores financeiros, dando ao Brasil respeitabilidade (...). O trabalho de Fernando Henrique, não está terminado» (Editorial «O cenário do Caos», 01/09/1998). Embora mais sóbrio e contido editorialmente, *O Globo* sempre apoiou em seus editoriais o Plano Real e as políticas liberais do governo FHC (reforma do Estado, privatização). Um editorial sobre a oposição deixa claro sua preferência política: «A democracia brasileira se ressentida de uma oposição substantiva. As críticas oposicionistas ao governo Fernando Henrique Cardoso foram de tal maneira sem consistência que não puderam ser levadas a sério» («Sem substância», 06/10/1998).

A eleição de 2002 representou uma ruptura e realinhamento político com a vitória de Lula (no segundo turno eleitoral com 61,27% dos votos contra o candidato da situação, José Serra) que levou a esquerda ao poder nacional pela primeira vez desde a redemocratização do país e uma hegemonia eleitoral por doze anos consolidando o PT como uma das principais forças políticas do país.

A cena eleitoral de 2002 foi bastante diferente de 1994 e 1998. O segundo governo de FHC foi marcado por uma situação econômica internacional adversa, com a piora dos indicadores econômicos e desvalorização do câmbio que se somaram a fatores conjunturais como a crise do setor elétrico («apagão»), em 2001, que deixou as cidades brasileiras às escuras. Como resultado, a popularidade do governo caiu, corroendo o ativo eleitoral do Plano Real que sustentou as vitórias tucanas anteriores. Por outro lado, Lula, em sua quarta tentativa como candidato à presidência, tinha um *recall* alto entre os eleitores e fez uma mudança de rota política com um programa moderado, ampliando sua aliança eleitoral com a inclusão de um vice empresário e filiado a um pequeno partido de centro-direita.

No início do ano eleitoral os grandes jornais mantinham em seus editoriais a reiterada percepção de que Lula e seu partido eram adeptos de políticas heterodoxas e irresponsáveis. Em junho de 2002, visando tranquilizar o mercado financeiro, Lula publicou *Carta aos brasileiros* prometendo manter a estabilidade econômica e as bases do Plano Real e respeitar os contratos internacionais. Com a carta e a campanha veiculando a imagem de um Lula

equilibrado e politicamente moderado («Lula, paz e amor») a competição eleitoral foi travada sem os duros embates ideológicos dos dois pleitos anteriores. No campo da mídia, a *FSP* e *O Globo* se mantiveram neutros, mas o *Estadão*, confirmando sua posição visceralmente antipetista, apoiou o candidato situacionista (Azevedo, 2017).

As eleições seguintes de 2006, 2010 e 2014 mantiveram a hegemonia eleitoral reelegendo Lula (em 2006) e elegendo e reelegendo Dilma Rousseff (em 2010 e 2016).

Contudo, a eleição de 2006 (disputada, no segundo turno, entre Lula e o tucano Geraldo Alckmin) foi pautada pelo tema da corrupção tanto na campanha dos candidatos quanto na mídia por conta do chamado escândalo do «mensalão» que envolvia vários parlamentares da base do governo. O escândalo recebeu uma cobertura midiática intensa gerando um grande desgaste para a imagem do PT e do governo, e a oposição explorou o tema como seu principal assunto de campanha num processo de retroalimentação entre o campo jornalístico e político. Segundo levantamento de Aldé, Mendes e Figueiredo (2007) Lula recebeu 13% de menções positivas contra 49% negativas (e 38% neutras) nos editoriais, artigos e colunas publicadas durante a campanha pelos três jornais aqui analisados. Os números mostram um clima editorial adverso para o governo e seu candidato, mas, e apesar da visibilidade negativa na mídia, o eleitor premiou os bons números econômicos e sociais da administração e reelegeu Lula com uma votação expressiva no segundo turno de 60,83%.

A eleição de 2010 abre uma nova fase eleitoral com a ausência de Lula como candidato depois de cinco disputas desde 1989. Porém, no último ano de seu mandato, com o governo bem avaliado e alto índice de popularidade, ele se transformou num poderoso *kingmaker* elegendo Dilma (eleita, no segundo turno, com 56,5%), uma ministra do seu governo relativamente desconhecida e sem passado eleitoral. Seus principais adversários foram Serra (PSDB), com quem competiu no segundo turno, e Marina Silva, do Partido Verde e ex-ministra de Lula). A agenda da campanha se desdobrou em dois momentos. No primeiro, em decorrência da alta aprovação popular de Lula e seu governo, o debate girou em torno de quem era mais apto para garantir os avanços econômicos e sociais dos oito anos lulistas. No segundo, o debate avançou para temas ideológicos (privatização, tamanho do Estado) e comportamentais (aborto) e culturais (religião).

Mas, na mídia, embora presente na campanha de forma lateral, o tema da corrupção (ainda associado ao «mensalão» e ao PT), negativo para a candidata governista, foi explorado com frequência e destaque nas páginas editoriais e de opiniões dos grandes jornais. Levantamento das capas e primeiras páginas publicadas durante a campanha pelos três jornais mostra que a candidata petista teve mais menções (valências) negativas e menos positivas do que seus adversários (Azevedo, 2017: 111). Em resumo, o clima na grande imprensa permaneceu desfavorável para as forças governistas. Porém, apenas o *Estadão* se definiu na disputa apoiando o candidato tucano no editorial «Mal a evitar» (25 sep 1910) enquanto seus dois concorrentes, ainda que publicando predominantemente colunistas críticos ao governo e editoriais ligando o governo ao escândalo do «mensalão», adotaram uma posição de neutralidade.

A disputa presidencial de 2014 foi a mais acirrada e polarizada politicamente desde a de 1989, reunindo três candidatos competitivos (Dilma, Aécio Neves do PSDB e Marina do PV) no primeiro turno e, no segundo, a tradicional polarização entre a petista (reeleita com 51,64%) e o tucano. A disputa eleitoral, marcada por uma pesada campanha negativa entre os dois candidatos finalistas, recolocou no centro da competição o tema da corrupção que ganhou as primeiras páginas dos jornais com a chamada operação «Lava Jato», lançado em março de 2014, que investigou o envolvimento de políticos governistas com financiamento partidário e comissões ilegais na Petrobrás. Com o início da recessão econômica que marcaria o breve segundo mandato da Dilma, as questões econômicas, como a queda do PIB, o déficit fiscal e o aumento do desemprego, também foram exploradas no debate eleitoral pela oposição e repercutidas na imprensa.

Com o cenário negativo dominando a campanha e o fluxo das notícias a cobertura da imprensa foi predominantemente adversa para Dilma: nas capas e primeiras páginas dos três principais jornais as valências negativas superaram as positivas e as neutras em relação à candidata incumbente enquanto seu principal competidor ganha mais menções positivas e neutras do que negativas (Azevedo, 2017: 113). Mas, apesar dos enquadramentos negativos para o governo e a candidata à reeleição em todos os três jornais, mais uma vez o único a endossar um dos candidatos, no caso o tucano Aécio Neves, foi o *Estado* (editorial «A razão contra a baixaria e a apelação», 14 set. 2014).

4.3. A eleição e o governo Bolsonaro (2018-2022)

A continuidade da Operação Lava Jato, que se prolongou até 2021, atingiu fortemente a imagem do PT e do governo Dilma ao mesmo tempo, em que a recessão econômica se aprofundou, derrubando a popularidade da presidente (Mundin, 2023). Essa queda de popularidade foi antecedida pelas chamadas «jornadas de junho» de 2013, uma série de manifestações populares autônomas que reivindicavam melhores serviços públicos que, num segundo momento, terminaram capitalizadas pela extrema-direita (Nobre, 2022). Essa conjunção negativa na dimensão política e econômica minou não só o apoio da opinião pública como sua sustentação parlamentar num congresso dominado pelas forças de centro-direita. Assim, em dezembro de 2015, a Câmara de Deputados iniciou um processo de impeachment sob a acusação (na verdade, um pretexto formal) de desrespeito à lei orçamentária, que resultou no afastamento da presidente em agosto de 2016 e na sua substituição pelo seu vice, Michael Temer (Avritzer, 2017).

Portanto, a eleição de 2018 ocorreu sob novas circunstâncias, com o PT fora do governo e seu principal líder, Lula, detido após condenação em processo da operação «Lava Jato» (preso em 2018, libertado em 2019 e com sua condenação anulada em 2021). Nesse contexto, adverso para os petistas por conta da «Lava Jato» que tinha alta visibilidade e apoio unânime da mídia, a campanha eleitoral foi marcada por uma forte polarização política entre o candidato ultraliberal e populista de extrema-direita (Jair Bolsonaro) e o apoiado por Lula (Fernando Haddad) e pelo uso intensivo das mídias digitais e redes sociais pela campanha do candidato direitista como ferramenta de comunicação e mobilização de eleitores. Assim, como a campanha de Trump

1 nos Estados Unidos e o Brexit na Inglaterra, o pleito de 2018 no Brasil foi o ano da virada na comunicação eleitoral, até então centrada na mídia eletrônica (televisão), para as campanhas hipermidiáticas (Howard, 2006).

A vitória de Bolsonaro (no segundo turno, com 55,13%) expressou não só essa virada como configurou uma «eleição crítica» (Key Jr, 1955) ao quebrar a polarização eleitoral entre o PSDB (cujo candidato obteve apenas 4,76% dos votos no primeiro turno) e o PT, que se reproduzia desde 1994. Mas apesar do novo cenário eleitoral, a grande imprensa não abandonou o seu antipetismo histórico, mesmo quando a escolha eleitoral afunilou para uma disputa entre um candidato de credenciais democráticas (Haddad) e um candidato com perfil autoritário (Bolsonaro). Fez críticas e ressalvas ao Bolsonaro, mas não apoiou, mesmo criticamente, Haddad.

Os trechos dos editoriais reproduzidos a seguir sintetizam as posições dos jornais nesta disputa. A *FSP* em «Defesa da democracia» (28/10/2018) pergunta: «Qual Bolsonaro pode chegar à Presidência? O que promete pacificar o país ou o que age como chefe de facção de comportamento abominável? Esta Folha não está em guerra com Bolsonaro, ou qualquer candidato (...) Seguirá na planície do apartidarismo, do jornalismo crítico, dando abrigo a opiniões plurais...». Já o *Estadão*, no editorial «Uma escolha muito difícil» (08/10/2018), faz uma equivalência negativa entre os dois candidatos principais: «De um lado, o direitista Jair Bolsonaro (PSL), o truculento apologista da ditadura militar; de outro, o esquerdista Fernando Haddad (PT), o preposto de um presidiário. Não será nada fácil para o eleitor decidir-se entre um e outro». O *Globo*, por sua vez, no editorial «A eleição é uma etapa num processo de mudança política» (28/10/2018), naturaliza e enxerga como positiva para a democracia a ascensão da extrema-direita: «Numa perspectiva otimista, esta eleição pode ser uma etapa que se vence em um processo de melhoria do sistema de representação. Afinal, uma direita que se assume como tal passa a ser representada (...) em nome de amplas parcelas do eleitorado que terminaram sufocadas pelo longo ciclo de ‘progressismo’ do PT e do PSDB».

Bolsonaro em seu mandato (2019-2022) exercitou um estilo autoritário-populista apoiado na sua base política mais radical de direita (Singer, 2022). Com um discurso contra a «velha política» e as elites, recusou inicialmente alianças para construir uma maioria parlamentar governista e assumiu uma atitude de confronto com o Congresso e o Supremo Tribunal Federal (STF) incentivando manifestações golpistas que pregavam um autogolpe. Estas manifestações foram particularmente intensas nos primeiros cinco meses de 2020 e representaram o primeiro e mais sério desafio aberto à democracia restaurada em 1985 (Couto, 2023). Ao mesmo tempo, emulando Trump em seu primeiro mandato nos Estados Unidos, Bolsonaro assumiu uma atitude crítica e hostil em relação à mídia tradicional impressa e televisiva vista como inimiga política. A partir do meio de seu mandato, articulou uma aliança com as correntes pragmáticas de centro-direita (que o jornalismo político batizou de «centrão») do Congresso para neutralizar as dezenas de pedidos de impeachment da oposição e manter a governabilidade. Contudo, seu governo alimentou até o final uma forte beligerância com o poder judiciário e a mídia corporativa e tensões com as áreas da cultura e ciência (pelas posições antivacina e negacionismo científico na pandemia da COVID).

Frente a este quadro, a grande imprensa assumiu uma postura dupla diante do governo Bolsonaro. De um lado, apoiou e endossou, com poucas ressalvas, a política econômica liberal conduzida pelo ministro da Fazenda Paulo Guedes, um ultraliberal formado pela escola de Chicago. Mas, no plano político, assumiu uma postura crítica em relação às posições autoritárias e as ameaças antidemocráticas de Bolsonaro e sua facção política.

Portanto, os jornais reafirmavam o seu liberalismo econômico, mas, agora, nessa nova quadra política (e ao contrário do passado), o faziam casando essa defesa com o liberalismo político democrático. Essa postura foi importante na resistência democrática diante das ameaças autoritárias que estiveram presentes durante todo o governo Bolsonaro e, nesse processo, os jornais radicalizaram suas posições até o ponto de a *FSP* aceitar o impeachment de Bolsonaro como mostra seu editorial publicado pela em 23/01/21 («Bolsonaro em queda»): «Descrédito impõe que próximo presidente da Câmara pautar pedidos de impeachment (...) Para esta Folha, o impeachment é recurso extremo, vagaroso e sempre traumático. Infelizmente, não há como ignorar, todavia, a conduta indigna de Bolsonaro, nem os quase 60 pedidos de abertura de processo que aguardam decisão já tardia —e cujas motivações têm amparo em não poucos pareceres jurídicos...» O *Estado*, por sua vez, no editorial «A época da patifaria» (30/01/2021) escreve, coerente com seu antipetismo permanente, que Bolsonaro «...além de conspurcar o exercício da Presidência (...) pode ressuscitar a oposição destrutiva, liderada pelo lulopetismo —que sempre floresce no caos. A patifaria, como as desgraças, nunca vem sozinha». Em outro editorial («Chavismo caboclo», 08/06/21) afirma que «A escalada da crise protagonizada por Jair Bolsonaro com os militares sugere que o País corre o sério risco de assemelhar-se à Venezuela chavista». O posicionamento do jornal *O Globo* foi demarcado desde o seu editorial «O lugar de cada um» (05/11/2019): «O presidente Jair Bolsonaro não tem apreço pela imprensa independente e profissional. Não tinha durante a campanha e continuou sem ter desde o primeiro dia no cargo (...) ele quer apenas uma imprensa que o bajule e que não busque noticiar os fatos como eles são, mas como ele gostaria que fossem. (...) Certamente não terá isso dos veículos do Grupo Globo. Seus antecessores não tiveram, seus sucessores não terão».

4.4. O retorno de Lula e do PT (2022)

Tendo o cenário político do governo Bolsonaro como pano de fundo a eleição de 2022 foi a mais acirrada desde a redemocratização e fortemente polarizada entre Lula (vitorioso com 50,9%) e Bolsonaro, apesar da existência de mais três candidatos com algum peso eleitoral que se apresentaram como terceira via no primeiro turno. Lula, apoiado por uma frente ampla da esquerda até liberais democráticos, tendo como eixo principal da defesa da democracia. Bolsonaro, por sua vez, explora a agenda típica do populismo de extrema-direita como o anticomunismo (associando o PT ao comunismo), a defesa da pátria, família e religião e, como Trump em 2020, a denúncia do sistema eleitoral para poder questionar as eleições em caso de derrota.

Os três grandes jornais, embora críticos dos arroubos autoritários durante o governo Bolsonaro, não endossaram formalmente nenhum dos competidores de 2022, nem no primeiro, nem no segundo turno. Mas, como se verá a

seguir, seus editoriais no período eleitoral foram mais críticos do Bolsonaro do que a Lula e, ao analisarem a vitória do petista, aconselharam uma oposição vigilante (caso do *Estadão*) e um governo pragmático e de centro capaz de pacificar o país (*FSP* e *O Globo*).

Dois textos exemplificam a posição da *FSP*. No editorial «Chantagem golpista» (11/10/2022), acusa Bolsonaro de abraçar teses golpistas e ameaçar a democracia. E após a vitória de Lula, no editorial «Ao centro, Lula da Silva» (31/10/2022), lembra que «O presidente eleito (...) é também rejeitado por parcela expressiva e influente da sociedade, seja pelos escândalos de corrupção durante suas administrações, seja pela ruína econômica operada por sua sucessora, Dilma Rousseff, seja pela pauta ideológica abraçada por vezes de forma intolerante pelo PT (...)» E concluiu, coerente com a linha editorial e política do jornal, que «Por tudo isso, Lula da Silva precisa dar mostras imediatas de responsabilidade orçamentária e disposição de rumar ao centro, política e economicamente».

O *Estadão*, que tradicionalmente apoiou todos os candidatos tucanos contra os petistas, repetiu seu posicionamento editorial de 2018 (quando afirmou ser uma decisão difícil a escolha do eleitor) afirmando, no editorial publicado no dia posterior ao primeiro turno («O pior dos pesadelos», 03/10/2022) que: «Infelizmente o 2º turno terá o embate de dois dos piores candidatos disponíveis (...) a exata antítese de que o país precisa». No dia da eleição, no segundo turno, o jornal pede ao eleitor que pondere qual dos dois candidatos está mais qualificado para pacificar o país («Um voto pela pacificação do país», 30/10/2022). O apelo, ainda que de forma indireta, ressoava mais o discurso de campanha da oposição do que do bolsonarismo. No dia seguinte a eleição final o editorial «Lula da Silva tem o dever de arrefecer os ânimos», (31/10/2022) lembra os leitores que a «Vitória do petista está longe de representar uma solução. Trata-se de um novo desafio, a exigir vigilância e participação democrática. Oposição responsável é imprescindível».

Já *O Globo*, por sua vez, publicou no dia da eleição do primeiro turno um longo texto («O dia mais importante da democracia», 02/10/2022) sem endossar nenhum dos candidatos, mas exaltando a democracia e defendendo as urnas eletrônicas e o sistema de votação atacado pela campanha de Bolsonaro: «As acusações ou insinuações em contrário vindas do presidente Bolsonaro (...) são feitas sem apresentação de qualquer evidência crível». E, mais adiante, afirma: «Isso equivale a desafiar uma das regras democráticas (...): a vontade popular é soberana». No dia do segundo turno o jornal opina que o «vencedor terá que reunificar o país» (30/10/2022). E, após a eleição, atribui a vitória de Lula a «(...) uma resposta enfática do eleitorado ao autoritarismo tóxico e aos desmandos contumazes do presidente Jair Bolsonaro» («Lula da Silva tem oportunidade de redimir o Brasil, 31/10/2022»). Porém, em seguida, de acordo com sua visão liberal, observa que «o sucesso da campanha petista traz um motivo para otimismo e outro para preocupação. Otimismo pela possibilidade de que a aproximação do centro político que se viu na reta final do segundo turno dê um rosto mais pragmático e menos ideológico ao novo governo».

5. Considerações finais

No Brasil, a grande imprensa pratica um forte jornalismo de opinião com grande espaço para os editoriais, colunas e artigos, e sempre atuou como um ator político relevante. Ao propor, endossar ou criticar ideias e projetos políticos e ao manter sob escrutínio partidos, governo e as oposições funcionou como uma bússola política para as elites e o público mais bem informado, os chamados formadores de opinião. E, por consequência, desempenhou um papel relevante na formação da agenda pública e do debate político e nos momentos eleitorais, embora tenha perdido força e protagonismo com o advento da internet, da mídia digital e das redes sociais.

A sua presença como ator político se deve, em parte, pela configuração do sistema de mídia brasileiro que, como indicado na introdução, é fortemente concentrada e monopolizada em três grandes grupos empresariais que publicam os jornais de prestígio (*quality papers*) com circulação e audiência nacional. Todos eles, com diferença de estilo jornalístico e ênfase política, se definem como liberais do ponto de vista político e econômico. Portanto, não há na grande imprensa brasileira pluralidade política e publicações similares como o *El País* na Espanha ou o extinto *Última Hora*, que circulou no passado com uma visão política mais progressista.

A crença liberal balizou a posição dos jornais diante dos atores políticos tanto no passado como no presente. Porque a clivagem básica que divide ainda hoje as forças políticas entre a esquerda e à direita no país passa pela linha divisória que historicamente que separa liberais e nacional-desenvolvimentistas desde o getulismo, nos anos 40, 50 do século XX, até o petismo e o lulismo recentes (Lamounier, 2005).

Assim, ao longo desse tempo, os jornais foram majoritariamente antigetulista nos anos 50. Contra as reformas sociais e o governo de centro-esquerda de Jango no final dos anos 60. A favor do golpe militar de 64. Apoiaram a ditadura durante a maior parte da sua vigência (com exceção do *Estadão*). Na atual quadra democrática, embora todos se declarando independentes e apartidários, um balanço de suas posições nos períodos eleitorais mostra um viés antipetista (mais nítido no caso do *Estadão*) e defesa das teses econômicas liberais. Portanto, ainda que sem indicar ou endossar candidaturas, suas preferências eleitorais podiam ser deduzidas pelo leitor ocasional e eram certamente emitidas para seu público fidelizado. Por outro lado, os três jornais durante o governo Bolsonaro cerraram fileiras em defesa das instituições democráticas e se posicionaram contra as ameaças autoritárias.

Ajustaram, assim, seu liberalismo econômico com o liberalismo político que esteve ausente no golpe de 64 e durante o regime autoritário.

Referências bibliográficas

- Abreu, A. A. (org.) (1996): *A imprensa em transição: o jornalismo brasileiro nos anos 50*. Rio de Janeiro: FGV.
- Abreu, A. A. (2002): *A modernização da imprensa (1970-2000)*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Albuquerque, A. (2012): «On models and margins: comparative media models viewed from Brazilian perspective. Em: D. Hallin e P. Mancini (ed.): *Comparing media systems beyond western world*. Cambridge: Cambridge University Press, pp. 72-95.
- Aldé, A.; Mendes, G. e Figueiredo, M. (2007): «Imprensa e eleições presidenciais: natureza e consequências da cobertura das eleições de 2002 e 2006». Em: V. A. Lima(org.): *A mídia nas eleições de 2006*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, pp. 65-88.
- Aquino, M. A. (1999): *Censura, Imprensa e Estado Autoritário (1968-1978)*. Bauru: Edusc.
- Avritzer, Le. (2017): «The Rousseff impeachment and the crisis of democracy in Brazil». *Critical Policy Studies*, 11(3): 352-357. DOI: <https://doi.org/10.1080/19460171.2017.1363066>.
- Azevedo, F. A. (2000): «Imprensa, campanha presidencial e agenda da mídia». Em: A. A. C Rubim (org.): *Mídia e eleições 98*. Salvador: Edições Facom, pp. 31-56.
- Azevedo, F. A. (2017): *A grande imprensa e o PT (1989-2014)*. São Carlos: EdUFSCar.
- Barbosa, M. (2007): *História cultural da imprensa: Brasil, 1900-2000*. Rio de Janeiro: Mauad X.
- Carvalho, R. (2006): *A imprensa escrita na era FHC: análise dos editoriais dos jornais Folha de S. Paulo e O Globo no período 1995-2002*. 254 f. Dissertação, São Paulo: Faculdade de Comunicação Social Câsper Líbero.
- Chammas, E. (2012). *A ditadura militar e a grande imprensa: os editoriais do Jornal do Brasil e do Correio da Manhã entre 1964 e 1968*. 112 f. Dissertação. São Paulo: Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo.
- Conti, M. S. (1999). *Notícias do Planalto: A imprensa e Fernando Collor*. Rio de Janeiro: Companhia das Letras.
- Cook, T. E. (2011): «O jornalismo político». *Revista Brasileira de Ciência Política*, 6: 203–247. DOI: <https://doi.org/10.1590/s0103-33522011000200009>.
- Couto, C. G. (2023): «O Brasil de Bolsonaro: Uma democracia sob estresse». *Cadernos Gestão Pública e Cidadania*, 28: e89859. Disponível em: <https://periodicos.fgv.br/cgpc/article/view/89859>. (Acesso em: 13 fev. 2025).
- Dias, A. B. (2019): «Da modernização à autoridade: a grande imprensa brasileira, entre a ditadura e a democracia – Folha de S. Paulo e O Globo, 1964-2014». *Opinião Pública*, 25(3): 472–494. <https://doi.org/10.1590/1807-01912019253472>.
- Figueiredo, R. R. (1998): «Mídia e eleições: cobertura jornalística da campanha presidencial de 1994». *Opinião Pública*, V(1): 72-89.
- Hallin, D. e Mancini, P. (2010): *Sistemas de mídia: estudo comparativo (três modelos de comunicação e política)*. Lisboa: Livros Horizontes.
- Howard, P. N. (2006): *New Media Campaigns and the Managed Citizen*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Key, V. O. (1955): «A theory of critical elections». *The Journal of Politics*, 17(1): 3-8.

- Kovalsky, C. e Sabtis, N. (2010): «A Mídia nas eleições de 1989». Paper. XXXIII Congresso Brasileiro da Ciência da Comunicação, Intercom.
- Kucinsky, B. (1991): *Jornalistas e revolucionários nos tempos da imprensa alternativa*. São Paulo: Oficina Editorial.
- Lamounier, B. (2005): *Da independência a Lula da Silva: dois séculos de política brasileira*. São Paulo: Augurium.
- Lattman-Weltman, F.; Carneiro, J. A. D. e Ramos, P.A. (1994): *A imprensa faz e desfaz um presidente: O papel da imprensa na ascensão e queda do «fenômeno» Collor*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.
- Marques, F. P. J. e Mont'Alverne, C. (2015): «A opinião da empresa no Jornalismo brasileiro. Um estudo sobre a função e a influência política dos editoriais». *Estudos Em Jornalismo e Mídia*, 12(1), 121-137. DOI: <https://doi.org/10.5007/1984-6924.2015v12n1p121>.
- Marques, F. P. J. (2018): «A empresa jornalística como ator político. Um estudo quanti-qualitativo sobre o impeachment de Dilma Rousseff nos editoriais de Folha e Estadão». *Observatório (OBS|*)*, 12(3). DOI: <https://doi.org/10.15847/obsobs12320181166>.
- Mont'Alverne, C. e Marques, F. P. J. (2018). «Seria o Jornalismo adversário da política? Os editoriais de O Estado de S. Paulo sobre o Congresso Nacional brasileiro». *Canadian Journal of Latin American and Caribbean Studies*, 43(3): 417–441. <https://doi.org/10.1080/08263663.2018.1514099>.
- Mundin, P. S. (2023): «A batalha da opinião pública e o impeachment de Dilma Rousseff». *Lua Nova*, (119): 292-321. DOI: <https://doi.org/10.1590/0102-292321/119>.
- Nobre, M. (2022): *Limites da Democracia: De junho de 2013 ao Governo Bolsonaro*. São Paulo: Todavia.
- Ortiz, R. (1994): *A moderna tradição brasileira: cultura brasileira e indústria cultural*. 5ed. São Paulo: Brasiliense.
- Ribeiro A. P. G. (2007): *Imprensa e história no Rio de Janeiro dos anos 1950*. Rio de Janeiro: E-Papers.
- Schwarcz, L. M. e Starling, H. M. (2015): *Brasil: uma biografia*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Skidmore, T. E. (2010): *Brasil: de Getúlio a Castello (1930-1964)*. São Paulo: Companhia das Letras.



©Derechos del autor o autores. Creative Commons License. Este artículo está bajo una licencia internacional Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0.
©Copyright of the author or authors. Creative Commons License. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License.