O BRASIL EM DISPUTA NO FEED

Narrativas políticas e estratégias discursivas no Instagram de Lula (PT) e Flávio Bolsonaro (PL)



Mayra Coimbra e Luiz Ademir de Oliveira

Contexto:

Em **contextos pré-eleitorais**, as **redes sociais** são **espaços** de **disputa** por **sentidos sobre governo, oposição e projetos** de país.
O **Instagram** funciona como **ambiente** de **seleção de acontecimentos, enquadramento** de problemas, **mobilização** de valores e **apresentação** de **imagens** de si.



INTRODUÇÃO

Problema de Pesquisa:

Quais **narrativas políticas e estratégias discursivas** são **mobilizadas** por **Lula e Flávio** em suas publicações, e quais a**proximações e diferenças aparecem** na **construção** de suas **imagens políticas** e na **representação do país**?



INTRODUÇÃO

Objetivo:

Analisar comparativamente as **narrativas políticas construídas** por **Lula e Flávio** Bolsonaro em seus **perfis oficiais no Instagram** durante **junho de 2026**, **observando** como articulam problemas, valores e **representações do Brasil para construir suas personas políticas**.



INTRODUÇÃO



REFERENCIAL TEÓRICO:

POR QUE O FEED IMPORTA?

Comunicação Política

Visibilidade e construção pública das imagens políticas; a mídia amplia o alcance das mensagens e cria condições específicas de interpretação.

Persona Política

A imagem do ator não é apenas uma característica prévia: é construída discursivamente por apresentações de si, valores e posicionamentos.

Sociedade Midiatizada

Plataformas digitais reconfiguram produção, circulação e interação. A política adapta-se às lógicas midiáticas, em um ecossistema híbrido.

Autores Chave: Thompson (1998) • Goffman (1975) • Jenkins (2009) • Hjarvard (2012) • Aggio (2020) • Ituassu (2024)

METODOLOGIA E CORPUS DE ANÁLISE

Lula

87 publicações

Flávio

89 publicações

Período e *Corpus*

Junho de 2026 - perfis oficiais no Instagram





Dimensão:	Pergunta Analítica:
1. Tema/ Problema	Sobre qual assunto se fala?
2. Representação do Brasil	Que Brasil é construído?
3. Valores Mobilizados	Que valores são associados a esse Brasil?
4. Antagonismo	Quem/que força é construída como obstáculo?
5. Estratégia Narrativa	Como o argumento é organizado?
6. Persona Política	Que tipo de liderança é construída?

DIMENSÕES DE ANÁLISE



A CONSTRUÇÃO DISCURSIVA DE FLÁVIO BOLSONARO (PL) E LULA (PT)





Primeira dimensão analítica: Tema / Problema

Flávio

Conflito político e governo (26 acionamentos)
Segurança pública (20 acionamentos)
Identidade e valores sociais (19 acionamentos)
Economia e desenvolvimento (16 acionamentos)
Relações internacionais e Soberania (11 acionamentos)
Interação e participação (8 acionamentos)
Juventude e mulheres (4 acionamentos)

X

Lula

Relações internacionais e soberania (24 acionamentos)
Economia e desenvolvimento (22 acionamentos)
Educação, ciência e juventude (14 acionamentos)
Identidade, cultura e religião (13 acionamentos)
Saúde (10 acionamentos)
Segurança pública (7 acionamentos)
Meio Ambiente e sustentabilidade (6 acionamentos)

Segunda dimensão analítica: Representação do Brasil

Flávio

Identificou quatro representações sobre o Brasil, sendo eles:

1) Brasil ameaçado;
2) Brasil soberano;
3) Brasil como comunidade;
4) Brasil do futuro.

As quatro representações identificadas não devem ser compreendidas como imagens isoladas ou excludentes. Elas funcionam como diferentes dimensões de uma mesma construção discursiva do Brasil.

X

Lula

A análise do corpus permite identificar quatro núcleos predominantes:

1) Brasil em desenvolvimento;
2) Brasil protetor e inclusivo;
3) Brasil soberano e protagonista;
4) Brasil como comunidade nacional.

Essas representações não são excludentes, uma vez que uma mesma publicação pode articular construções de Brasil diferentes.

Terceira dimensão analítica: Valores mobilizados

Flávio

A partir da codificação realizada, é possível identificar quatro núcleos valorativos, sendo eles:

1) Proteção e segurança;
2) Pertencimento e comunidade;
3) Desenvolvimento e futuro e;
4) Soberania e transformação.

X

Lula

A análise do corpus permitiu identificar quatro grandes núcleos valorativos:

1) Desenvolvimento e capacidade;
2) Proteção e inclusão;
3) Soberania e protagonismo; e
4) Pertencimento e comunidade.

Quarta dimensão analítica: Antagonismo

Flávio

A presença do antagonismo é uma característica relevante do *corpus*. Dos 89 registros analisados, 38 apresentam antagonismo explícito e 9 apresentam antagonismo implícito, enquanto 41 não apresentam essa dimensão e um registro não possui informação suficiente para sua classificação. Considerando conjuntamente as ocorrências explícitas e implícitas, observa-se que 47 registros, correspondentes a 52,8% do *corpus*, apresentam algum tipo de rivalidade com algo ou alguém.

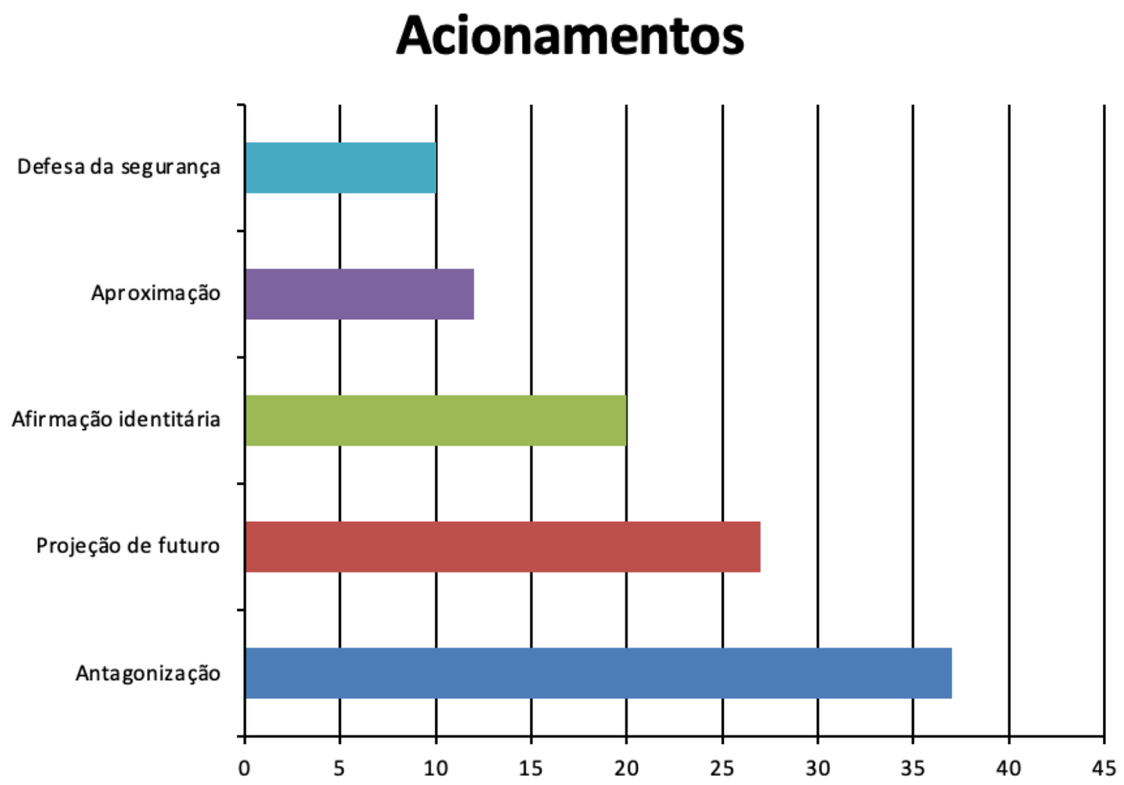
X

Lula

No corpus de Lula, o antagonismo apresenta uma incidência relativamente reduzida. Das 87 postagens analisadas, 77 não apresentam antagonismo, enquanto 9 apresentam antagonismo implícito e apenas 1 apresenta antagonismo explícito. Apenas 10 registros, correspondentes a 11,5% do corpus, acionam algum tipo de relação antagônica. O dado indica que o antagonismo não constitui o eixo predominante da construção narrativa de Lula neste corpus.

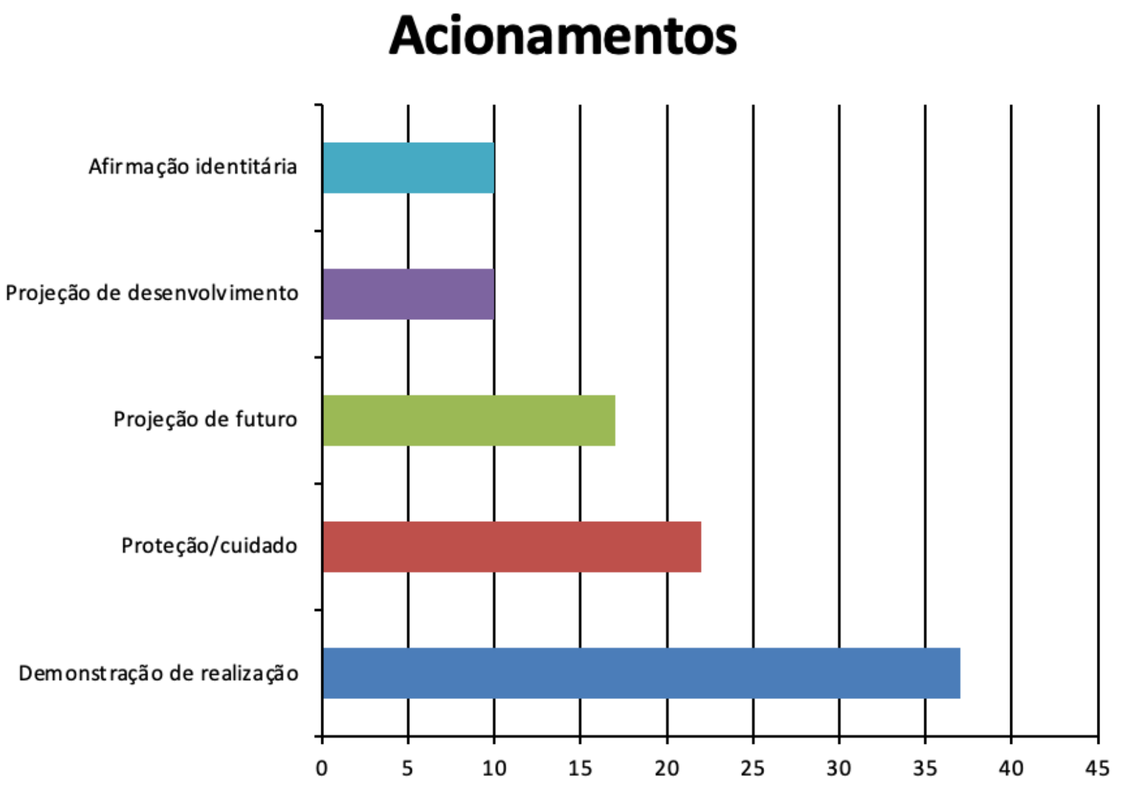
Quinta dimensão analítica: Estratégia Narrativa

Flávio



X

Lula



Sexta dimensão analítica: Persona Política construída

Flávio

Persona Construída / Ocorrência:

Opositor (32)
Defensor (21)
Nacional (20)
Próximo (12)
Realizador (9)
Articulador (8)
Religioso (5)
Protetor (5)

X

Lula

Persona Construída / Ocorrência:

Gestor (41)
Protetor (25)
Nacional (22)
Próximo (17)
Realizador (16)
Defensor (10)
Articulador (10)
Opositor (1)



CONCLUSÃO:

O Brasil em disputa no feed:

FLÁVIO

- Brasil marcado por problemas, ameaças e conflitos;
- Mudança aparece como necessidade;
- Confrontação e defesa organizam parte importante da narrativa;
- Persona: opositor, defensor e lídernacional;
- “Está ruim, mas pode melhorar”.

LULA

- Brasil apresentado como país que acumulou avanços;
- Desenvolvimento pode ser ampliado e aprofundado;
- Realização, proteção e futuro organizam a narrativa;
- Persona: gestor, realizador, protetor e líder nacional;
- “Está bom e pode ficar ainda melhor”.

Aggio, C. O. (2020). Comunicação eleitoral “desintermediada”, mas o quão realmente interativa?
Bardin, L. (2011). Análise de conteúdo. Edições 70.
Figueiredo, M. et al. (1997). Estratégias de persuasão eleitoral.
Goffman, E. (1975). A representação do eu na vida cotidiana.
Hjarvard, S. (2012). Midiatização: Teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural.
Ituassu, A. (2024). As mídias digitais e a democracia no Brasil contemporâneo.
Jenkins, H. (2009). Cultura da convergência.
Thompson, J. B. (1998). A mídia e a modernidade.

REFERÊNCIAS



OBRIGADO

Contatos:

Mayra Coimbra
(mayrarcoimbra@gmail.com)

Luiz Ademir de Oliveira
(luizoli@ufsj.edu.br)