

RELATÓRIO DE ANÁLISE DE MÍDIAS SOCIAIS

redes sociais, portais de notícias e anúncios políticos

Vulnerabilidades de Lula 2026 — imaginários, moral e enquadramento

23/09/2026 · PERÍODO ANALISADO: 17/09/2026 A 23/09/2026 · 29 GRÁFICOS · ABORDAGEM: PAINEL VOLTADO PARA IDENTIFICAR E CORRIGIR VULNERABILIDADES, LACUNAS E AMEAÇAS, MAS TAMBÉM IDENTIFICAR OPORTUNIDADES E O QUE COMBINA E FAZ SENTIDO PARA O CANDIDATO.

A SEMANA EM QUE LULA TROCOU O PALANQUE PELA ONU E O DEBATE LHE COBROU A CONTA EM CASA Este relatório examina as vulnerabilidades de Lula como candidato à Presidência em 2026, para identificar onde a narrativa do presidente ganha tração e onde ela se rompe diante do que a população efetivamente engaja, comenta e publica. O recorte cobre a semana de 17 a 23 de setembro de 2026 e acompanha Lula, seus aliados e seus adversários — com atenção ao contraponto com Flávio Bolsonaro —, tendo o discurso na Assembleia Geral da ONU como fato central do período. A análise mobiliza valência, posicionamento, emoções, enquadramentos, os papéis actanciais-morais do MAPAM, o Modelo de Análise de Papéis Actancial-Morais, que mede quem o autor aponta como vítima, agressor, protetor ou reparador; as fundações morais da MFT, a Teoria das Fundações Morais, que mede que fundação moral o texto aciona; as orientações de valor de Schwartz; os quadrantes de Kahan; o CCFE, que mede confiança, coragem e força atribuídas a um ator; valores republicanos, polarização, vulnerabilidade democrática, causalidades, prova material de entrega e campanhas pagas. O apoio responde por 54% do posicionamento, mas a oposição, com 15%, responde por 70% da indignação e 92% do desprezo; o discurso na ONU deu a Lula seu melhor dia, com 78,1% de apoio em 22 de setembro, sem eco no dia seguinte; a entrega material é campo de confirmação, com 99% do engajamento que cita Lula em apoio; e o que viraliza é o contra-ataque, não a entrega. A conclusão é que Lula venceu a disputa de imagem no exterior e perdeu terreno onde a eleição se decide: o apoio é reativo e episódico, sobe com evento e não se sustenta nos dias de vácuo, enquanto a oposição ocupa a indignação e a corrupção moral. Cabe ao campo do presidente converter a entrega em disputa de rua, e não apenas de palanque.

A SEMANA EM QUE LULA TROCOU O PALANQUE PELA ONU E O DEBATE LHE COBROU A CONTA EM CASA

A tese desta semana é simples e incômoda para o governo: Lula venceu a disputa de imagem no exterior e perdeu terreno no terreno onde a eleição se decide. Na janela de 17 a 23 de setembro, o discurso na Assembleia Geral da ONU deu ao presidente o seu melhor dia de engajamento positivo do período, e a entrega material — Bolsa Família reajustado, pacote de bondades, obras — seguiu sendo o enquadramento mais mobilizado por quem o defende.

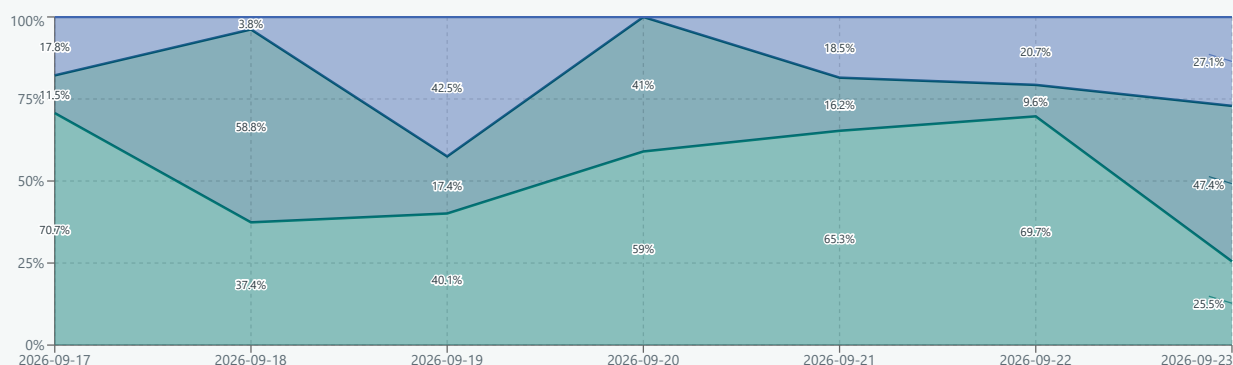
Mas o mesmo recorte mostra que, quando o debate sai do palanque e entra na conta, a vantagem se inverte: a oposição domina a indignação, a corrupção moral e a cobrança de responsabilidade, e o crédito pela entrega fica preso a quem já estava convertido.

A evidência é escancarada. O apoio responde por 51% do que se publica e a oposição por 15%, mas 70% de toda a indignação e 92% de todo o desprezo saem do lado que se opõe — ou seja, o lado que ataca fala mais alto por unidade de discurso do que o lado que defende.

PANORAMA: UM ASSUNTO GRANDE, MAS NÃO O MAIOR

O primeiro dado a reter é de tamanho, e ele corrige qualquer ilusão de centralidade absoluta. O recorte que cita Lula reúne 2,1% de tudo o que foi classificado no período, 1,4% das interações e 0,7% das visualizações — e, por interações, ficaria apenas em sexto lugar entre os assuntos quentes da semana, atrás de Eleições: Lula x Flávio, do Caso Master, do próprio Lula na ONU, do STF e Mendonça e do helicóptero do cantor Rick.

Vale dizer: o presidente é onipresente como personagem, mas o debate sobre ele não é o debate que mais movimenta a atenção. Quem manda na semana é a corrida eleitoral em si e o escândalo do Master, e é nesse cerco que Lula aparece.



1 · O debate que cita Lula, dia a dia, por posicionamento

■ Apoio ■ Oposição ■ Neutro informativo

A maré em torno de Lula virou em uma semana: o apoio, que abriu o período em 70,7% do engajamento do dia 17, caiu a 37,4% no dia 18 e a 48,5% no dia 23, enquanto a oposição saltou de 11,5% para 58,8% e fechou a série em 51,4%. O gráfico mede o posicionamento — o que o texto faz em relação a Lula: apoia, apenas relata ou se opõe — e o faz pela exposição, isto é, pelo engajamento que cada posição acumula no dia.

A leitura é clara: o dia 18 é o ponto de virada, quando a oposição passa a responder por quase três quintos do engajamento, e o dia 22, auge do discurso na Assembleia Geral da ONU, é o último suspiro do apoio, com 84,1% — número que não se sustenta e desaba no dia seguinte. Não é trajetória de meses, é o movimento de uma semana, e ele diz que a onda pró-Lula perdeu força justamente quando o fato internacional deveria tê-la alimentado.

O que explica a virada é a natureza do que viralizou. No dia 18, o influenciador Matheus transforma a fala de Lula sobre as bets em arma de oposição — "o futebol viveu um século e meio sem as bets" — e o post rende 54.760 interações, puxando o engajamento oposicionista do dia. No dia 22, o apoio reage com o discurso da ONU: Brasil com Lula (39.295 interações) e Mídia NINJA (33.336) sustentam a soberania e o orgulho, mas é um pico de um dia. No dia 23, o desprezo domina e a oposição volta a 51,4%.

A assimetria é reveladora: o apoio se concentra em política (65% de quem publica) e em autotranscendência (67%), com o bem comum em 83% e a esperança em 49%; a oposição se concentra na mídia jornalística (64%) e na indignação (58%), com a corrupção moral em 27% e a prestação de contas em 44%. O apoio fala de entrega e de bem comum; a oposição fala de escândalo e de responsabilização — e é a segunda que ganha tração quando o assunto é o flanco doméstico, não a projeção externa.

Para a tese do painel, o gráfico sugere que a vantagem de Lula está na mobilização de imaginários de esperança e soberania, mas a desvantagem está na incapacidade de converter o gesto internacional em crédito interno: o pico da ONU não virou narrativa, virou evento.

A oposição, por sua vez, encontrou no caso Master e na indignação moral um combustível que o apoio não consegue igualar. O que o gráfico mostra, em suma, é que o apoio a Lula é largo em exposição nos dias de agenda positiva — comícios, ONU, entrega de pacote —, mas curto em duração: acende e apaga no ciclo de 24 horas, enquanto a oposição, mesmo minoritária em volume de publicações, converte cada episódio em indignação duradoura e ocupa o topo do engajamento quando o assunto migra do palanque para o escândalo.

A pergunta que o painel faz — o que combina e o que não combina entre o que Lula e seus aliados evocam e no que a população se engaja — encontra aqui uma resposta incômoda: o eleitor engaja com o que Lula entrega, mas engaja mais ainda com o que se diz contra ele. Enquanto o apoio se sustenta em bem comum e esperança, a oposição se sustenta em prestação de contas e corrupção moral, e é essa gramática que domina os dias em que o debate esquenta.

A vantagem de Lula está em ter uma base fiel que reage rápido; a desvantagem está em que essa base reage, mas não segura a onda — e a onda, na última semana, foi contra.

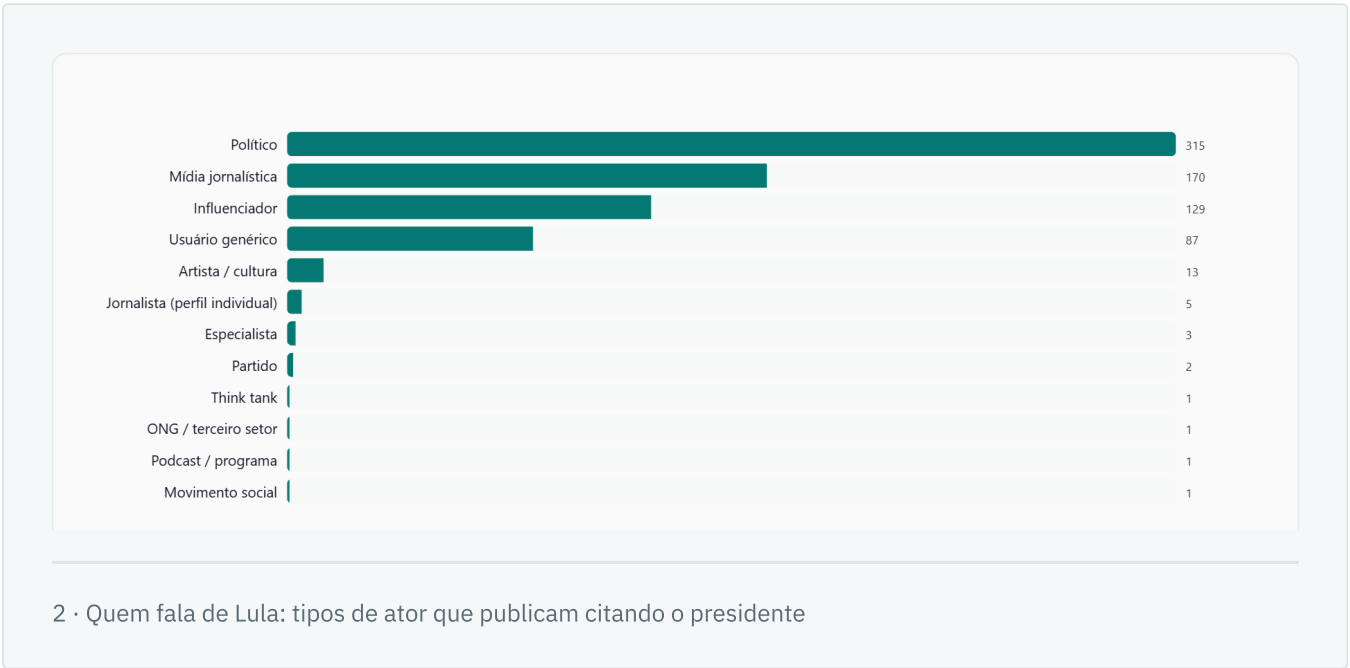
A série diária de posicionamento mostra o movimento dentro da semana com clareza cirúrgica. Em 17 de setembro, o apoio responde por 70% do engajamento do dia; em 18, a oposição salta para 58,8% e vira o dia; em 19, o neutro informativo assume 39,3%; em 20 e 21, o apoio volta a 59% e 60%; em 22, dia

do discurso na ONU, o apoio dispara para 78,1% e a oposição cai a 5,8% — o melhor dia do presidente na semana.

Em 23, com a coleta ainda em curso, a oposição aparece com 50%. O que isso diz é que o apoio de Lula é reativo e episódico: ele sobe quando há evento — comício, discurso, anúncio — e não se sustenta sozinho nos dias de vácuo. A oposição, ao contrário, aparece nos dias em que não há nada a comemorar.

QUEM FALA E QUEM É EXPOSTO

Quem publica citando Lula é, na ordem, o político (36,8% dos autores distintos), a mídia jornalística (24,7%) e o influenciador (20,7%). É um retrato de um debate profissionalizado: dois terços dos perfis que falam do presidente são atores com interesse direto no jogo — mandato, audiência ou militância. O cidadão comum responde por 13,4%, e o artista de cultura por 1,3%. A consequência é que a conversa sobre Lula é conduzida por quem tem palanque, não por quem tem dúvida.



Quem fala de Lula é, em primeiro lugar, o próprio sistema político: os políticos respondem por 36,6% dos autores distintos que citam o presidente, contra 24,8% da mídia jornalística e 20,8% dos influenciadores. É uma configuração que diz muito sobre a natureza da disputa — Lula não é pautado de fora para dentro, é pautado por dentro, por aliados que o carregam como bandeira e por adversários que o tomam como alvo. A cauda é reveladora: artistas, jornalistas individuais, podcasts, partidos, especialistas, sindicatos e movimentos somados não chegam a 5% dos autores. Quem constrói a imagem de Lula nesta semana é o palanque, não a sociedade civil organizada.

O dado ganha corpo quando se olha quem são esses políticos. Fernando Haddad, Guilherme Boulos, Erika Hilton, André Janones, Rafael Fonteles, Gleisi Hoffmann, Brasil com Lula, o PT Brasil — a lista dos que mais engajam é quase toda de aliados em modo de campanha, com enquadramento de entrega material ("Prova material entrega" responde por 26% dos enquadramentos específicos do recorte) e emoções de esperança (38%) e orgulho (30%). É a máquina de mobilização funcionando: o político fala de Lula para converter apoio em voto, e o faz com o vocabulário da obra entregue, do decreto assinado, do comício lotado.

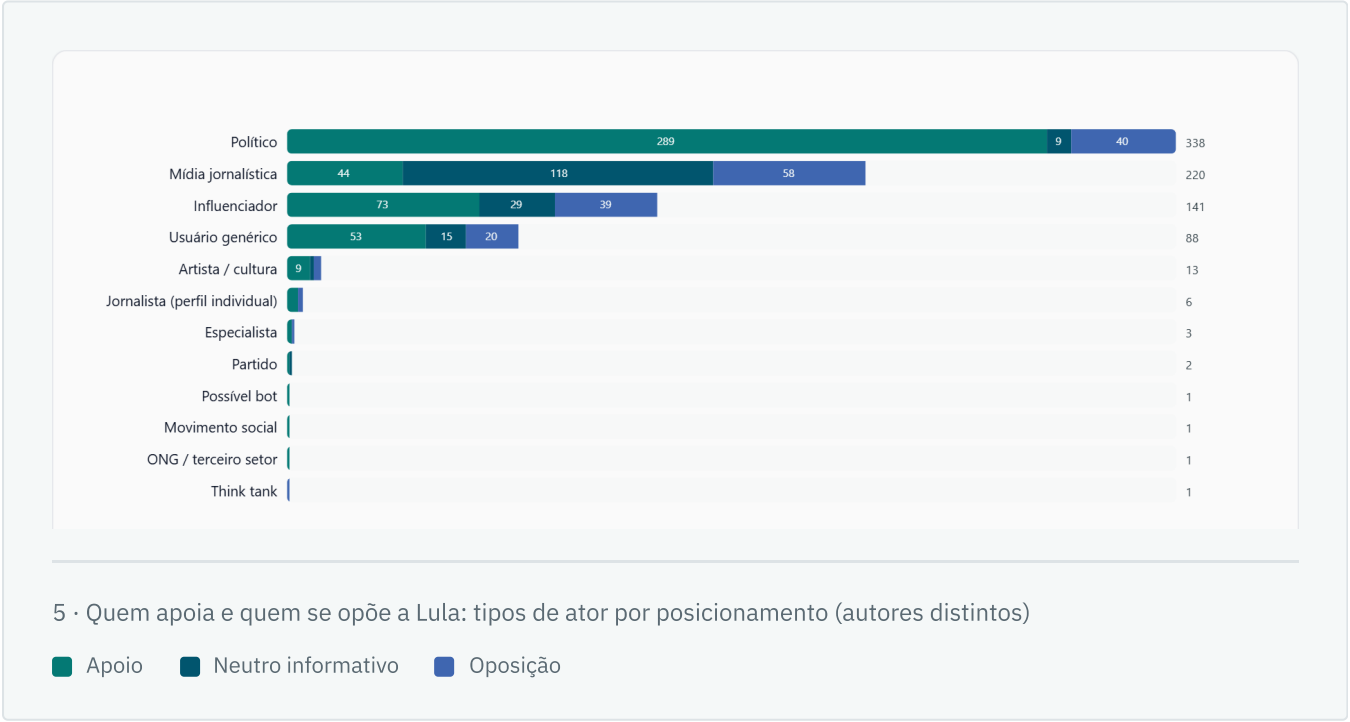
A oposição, quando aparece entre os políticos, fala com indignação (63% das emoções de quem se opõe) e enquadramento de corrupção moral (27%) — mas é minoria no volume de autores. A assimetria é o achado: a base aliada produz mais vozes sobre Lula do que a oposição, o que sugere que o campo adversário está deixando o presidente pautar sozinho a própria imagem.

Vale notar o que a mídia jornalística faz com essa citação. Com 24,8% dos autores, ela é o segundo maior emissor, mas seu posicionamento dominante é o neutro informativo — cobre a sabatina, o comício, o pronunciamento, a pesquisa. Não é aliada nem adversária; é o palco onde a disputa se encena. E os influenciadores, com 20,8%, entram majoritariamente em modo de apoio, com orgulho e alegria, funcionando como caixa de ressonância da narrativa oficial. O quadro que emerge é de um presidente cuja menção é sustentada por uma coalizão discursiva que vai do político ao influenciador, passando por uma mídia que registra sem amplificar.

Para o painel, isso é vantagem e risco ao mesmo tempo: a mobilização é real e barulhenta, mas depende de um ecossistema que fala para dentro — e a pergunta que fica é se essa energia toda atravessa a bolha ou apenas confirma quem já está convertido.

Quando se cruza quem fala com o que faz, o quadro fica mais nítido. Entre os políticos que citam Lula, 77,9% dos autores publicam em apoio; entre os influenciadores, 49% apoiam e 27,3% se opõem; entre a mídia jornalística, 47,4% ficam no relato neutro, 30,1% apoiam e 22,5% se opõem. Ou por outra: o apoio a Lula é um fenômeno de político e de influenciador; a oposição, quando vem, vem da mídia e de uma minoria de influenciadores.

O relato neutro é quase todo jornalístico — e é ali que a disputa de enquadramento se decide, porque o neutro não é ausência de posição, é o terreno onde o adversário planta a sua.



A coalizão que sustenta Lula é falante, e a que o ataca é mais silenciosa do que se supõe: entre os perfis que citam o presidente, os políticos formam o bloco de apoio mais coeso, com 78% de seus autores distintos alinhados a ele, enquanto a mídia jornalística, que responde pela maior fatia de autores neutros, só se opõe em 23% dos seus. O dado decisivo, porém, é a assimetria entre falar e calar: os políticos são 27% de todos os autores que citam Lula e 66% de quem o apoia, ao passo que a oposição se distribui por vários tipos de ator sem que nenhum a lidere com folga.

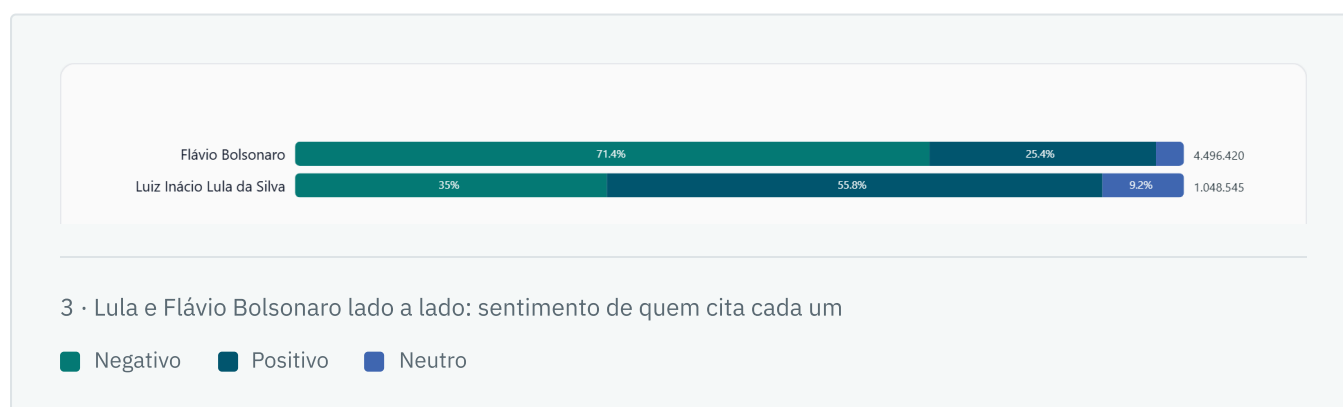
Quem ataca Lula, nesta semana, não é o político que o enfrenta no palanque — é o influenciador e o veículo que o transformam em assunto.

Vale dizer o que isso significa em concreto. O apoio a Lula, neste recorte, é um discurso de entrega e de palanque: 30% dos textos de apoio trazem o enquadramento de prova material de entrega, 72% mobilizam o bem comum e 93% acionam o polo virtuoso do cuidado na Teoria das Fundações Morais, que mede as fundações morais que o texto evoca. A oposição fala outra língua: 27% dos seus textos giram em torno de corrupção moral, 63% expressam indignação e 91% acionam o vício do dano.

São duas gramáticas que quase não se cruzam — e é por isso que o neutro informativo, 34% do total, importa tanto: é o terreno onde a eleição ainda se decide. A leitura para a campanha é direta: o apoio está concentrado em quem já está convertido, e a persuasão depende de um eleitorado que hoje só recebe relato.

DE QUEM E DO QUE SE FALA: O CERCO PELO MASTER E A CONTA DA ENTREGA

O dado mais duro da semana é o sentimento com que Lula é tratado quando comparado ao adversário. Nos textos que citam Flávio Bolsonaro, 66,8% do engajamento é negativo; nos que citam Lula, 54,2% é positivo. A leitura ingênua diria que Lula está melhor. A leitura correta é outra: o adversário é atacado com mais força, mas o presidente é atacado de forma mais eficiente, porque o ataque a ele se ancora em corrupção moral e em cobrança de responsabilidade, enquanto o ataque a Flávio se ancora em escândalo — e escândalo passa.



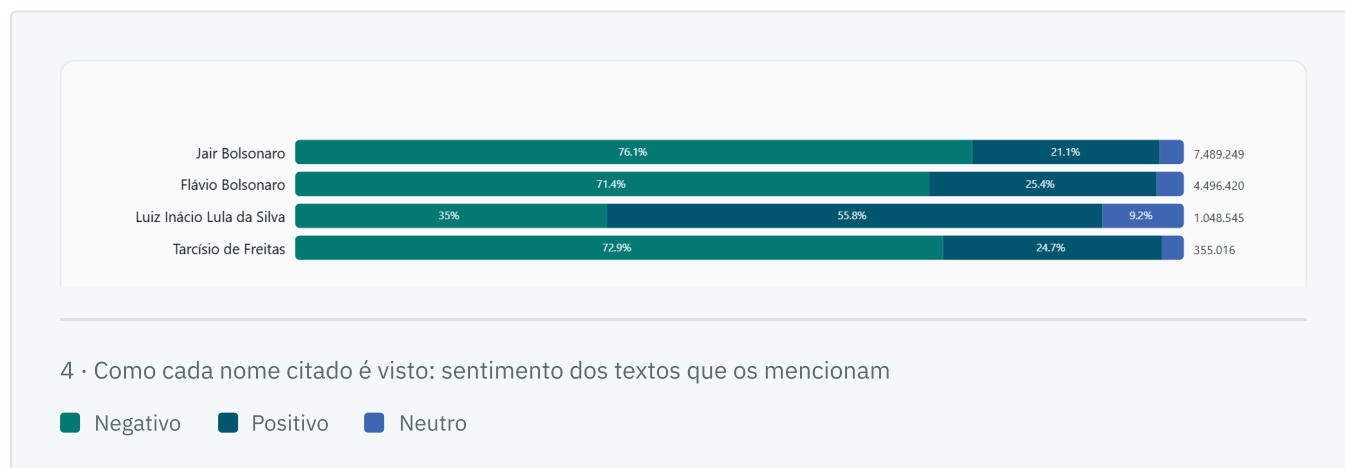
O gráfico mede o clima em torno de cada nome: a valência — o sentimento geral do texto, positivo, negativo ou neutro — que quem cita Lula ou Flávio Bolsonaro lhes atribui, ponderada pelo engajamento, ou seja, pela exposição que cada leitura alcança. E o retrato é de assimetria brutal. Flávio concentra 66,8% do engajamento que o cita em textos negativos e 28,3% em positivos; Lula inverte a lógica: 54,6% do engajamento que o menciona é positivo e 31,6% negativo.

Traduzido: a conversa sobre Flávio é majoritariamente de ataque, e a conversa sobre Lula é majoritariamente de defesa — mas com uma diferença de escala que muda tudo. O bloco negativo de Flávio responde por 52,9% de todo o engajamento do recorte, contra 6,6% do negativo de Lula; o positivo de Flávio, 22,3%, ainda supera os 11,4% do positivo de Lula. Quem domina a exposição, portanto, é o adversário — para o bem e para o mal.

O que isso sugere é uma semana em que Lula é citado sobretudo por quem o defende, e Flávio por quem o ataca, num arranjo que não é confortável para nenhum dos dois. A valência negativa sobre Flávio é o combustível da oposição a ele: os textos que o tratam como agressor — o MAPAM, Modelo de Análise de Papéis Actancial-Morais, identifica o papel que o autor atribui a quem é citado, e o agressor responde por 41% dos papéis no recorte — vêm de políticos como Erika Hilton, André Janones e Guilherme Boulos, que transformam a escala 6x1 e o Caso Master em munição.

Já o positivo de Lula é menos barulhento: 54,6% do engajamento que o cita, mas apenas 11,4% do total, o que indica uma defesa mais discreta do que o ataque ao rival. A leitura política é clara: na semana de 17 a 23 de setembro, o debate não gira em torno de Lula — gira em torno de Flávio, e Lula aparece como contraponto. A vantagem de Lula, se existe, é que o desgaste alheio lhe poupa o centro do ringue; a desvantagem é que a energia que o cerca é de reação, não de projeto.

Ampliando o quadro para os quatro nomes mais citados, a assimetria se confirma. Jair Bolsonaro concentra 62,1% de tratamento negativo; Flávio, 66,8%; Tarcísio de Freitas, 53,8%; Lula, 32%. O presidente é, dos quatro, o que tem a melhor proporção de tratamento positivo — 54,2% contra 28,3% de Flávio e 34,5% de Jair. Mas há um detalhe que muda tudo: o volume de engajamento que circula em torno de Jair Bolsonaro é quase oito vezes o que circula em torno de Lula. O campo adversário movimenta mais atenção, e atenção é o que define agenda.



O retrato que este gráfico entrega é o de uma assimetria brutal: entre os quatro nomes do pleito, o engajamento que circula em torno de Lula é majoritariamente positivo, enquanto o de Flávio Bolsonaro e o de Jair Bolsonaro é majoritariamente negativo. Tomemos a valência, que mede o sentimento geral do texto que menciona cada nome — e aqui é preciso sublinhar: o que se mede é o tratamento que o autor dá à pessoa citada, nunca o que ela diz de si.

Pois bem: entre os textos que citam Lula, 54,6% do engajamento é positivo e 31,6% negativo; entre os que citam Flávio, a proporção se inverte com violência — 66,8% negativo contra 28,3% positivo; e entre os que citam Jair Bolsonaro, 62% negativo contra 34,6% positivo. Tarcísio de Freitas, por sua vez, aparece com 53,8% negativo e 44,2% positivo, um perfil quase dividido, o que faz dele o nome menos blindado e menos demonizado do conjunto.

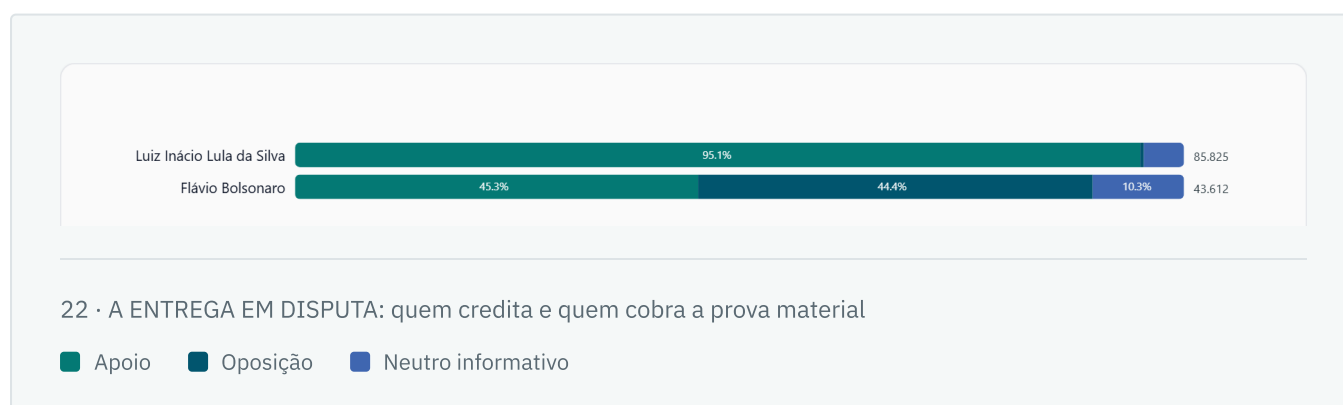
O dado que salta, contudo, é o volume: Jair Bolsonaro concentra 35,4% de todo o engajamento do recorte no segmento negativo e Flávio, 20,5% — juntos, respondem por mais da metade da exposição negativa do painel. Lula, no polo oposto, responde por 4,4% do total no segmento positivo. Ou por outra: a máquina de indignação que move o debate eleitoral está apontada, em sua esmagadora maioria, para a família Bolsonaro, e é Lula quem colhe o saldo favorável dessa equação.

O contraste com o perfil geral do recorte — onde o positivo responde por 49% e o negativo por 44% — revela que a média esconde dois mundos: o clima em torno de Lula é excepcionalmente favorável, e o clima em torno dos Bolsonaro, excepcionalmente hostil.

Vale dizer que essa leitura dialoga diretamente com a pergunta do painel sobre as vulnerabilidades de Lula. Se o objetivo era saber como Lula é mencionado, a resposta é: bem — e não por mérito próprio, mas por contraste. A valência positiva de Lula não nasce de uma onda de entusiasmo espontâneo; nasce, em boa medida, do fato de que o campo adversário está sob bombardeio. A correlação entre os dois movimentos é o achado central deste gráfico, e ele sugere que a vantagem reputacional de Lula nesta semana é, em larga medida, reflexa — construída sobre o desgaste alheio, não sobre a própria afirmação.

Agora o terreno desta eleição, que é a entrega material. Quando o debate fala de realização concreta, Lula é creditado — e é creditado sobretudo por quem já o apoia. No recorte filtrado por prova material de entrega, 99% do engajamento que cita Lula é de apoio, e apenas 0,2% é de oposição. O mesmo filtro aplicado a Flávio Bolsonaro dá 96,1% de apoio.

Ou seja: a entrega material não é um campo de disputa, é um campo de confirmação. Quem fala de Bolsa Família, de obra, de pacote, fala para converter quem já está convertido. A oposição não disputa a entrega — ela a ignora e vai para a corrupção.



A entrega material, quando entra no debate, não é campo de disputa: é campo de crédito — e o crédito está partido ao meio, com Lula e Flávio Bolsonaro recebendo praticamente a mesma exposição de apoio. No recorte em que o texto se organiza pelo enquadramento de prova material de entrega, os dois nomes con-

centram quase a totalidade do engajamento em posição de apoio: Flávio responde por 49% do total e Lula por 48,6%, uma diferença de meio ponto que não separa ninguém.

A composição interna de cada nome, porém, revela a assimetria que importa: 96,1% do engajamento que cita Flávio é de apoio, contra 99% do que cita Lula. Ou por outra: o terreno da realização concreta não é onde a oposição a Lula se constrói — a oposição a ele responde por 0,2% do engajamento do recorte, e a oposição a Flávio, por 3,2%, dezesseis vezes mais. Quem cobra prova material, neste recorte, cobra de Flávio.

O que isso significa para a tese do painel é direto: quando o debate fala de entrega, Lula aparece creditado, não cobrado. O enquadramento de prova material de entrega — aquele em que o texto exige ou apresenta a realização concreta como evidência — é ocupado por 100% das publicações do recorte, e o apoio responde por 97% do posicionamento geral. A valência é positiva em 98%, as emoções dominantes são esperança e orgulho, cada uma em 45%, e o bem comum, valor republicano que orienta a ação ao interesse coletivo, aparece em 87% dos textos.

A fundação moral do cuidado, no polo virtuoso, aparece em 99%; a da lealdade, em 99%; a da liberdade, em 93%. Não há indignação, não há desprezo, não há medo: o que há é a celebração da obra entregue. E a causalidade atribuída é direta em 93% — o crédito vai ao agente, não à estrutura. É o oposto do que uma eleição de rejeição produz.

Vale dizer o que o gráfico não mostra: o adversário não está no páreo da cobrança. Flávio recebe 3,2% de engajamento em oposição, contra 0,2% de Lula — mas esse 3,2% é residual, e o que domina a citação de Flávio é o apoio, 96,1%. Os dois nomes são citados quase exclusivamente por quem os apoia, o que indica que o enquadramento de entrega material não é usado como arma de um contra o outro, e sim como vitrine de cada um.

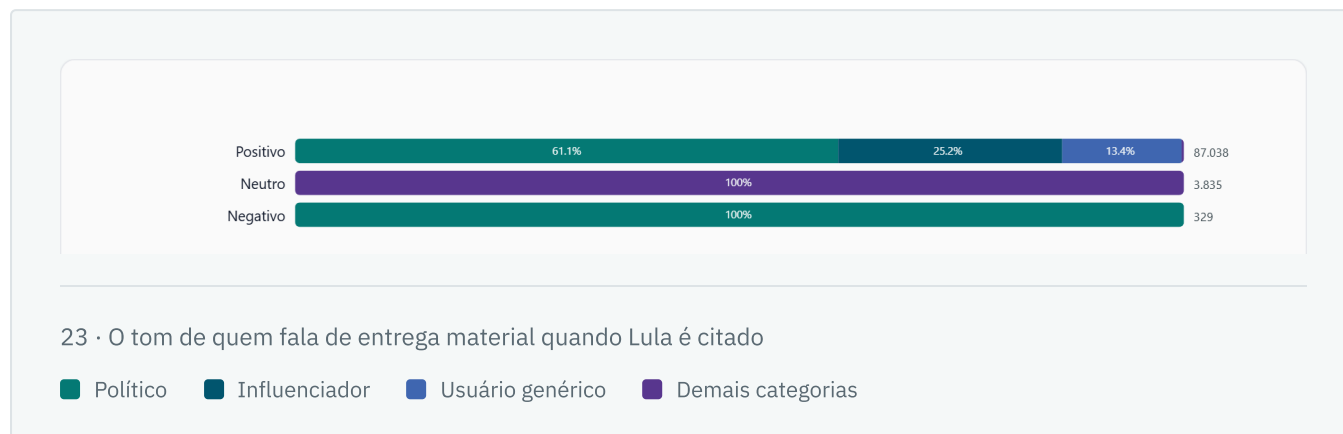
A pergunta que fica é se essa vitrine se converte em voto: a exigência de prova é baixa em 63% dos textos, e a confiança instit institucional é seletiva em 70% — quem celebra a entrega não está cobrando a comprovação dela, e quem a recebe não está sendo posto à prova.

A polarização é baixa em 91% dos textos, e a vulnerabilidade democrática, baixa em 99%: não há aqui disputa sobre normas, há propaganda de realização. O engajamento político convocado é eleitoral em 86%, o que confirma que o material de entrega está sendo usado como combustível de campanha, não como tema de debate público.

O que o gráfico entrega, portanto, é uma fotografia de simetria aparente e assimetria real. Simetria porque os dois nomes dividem o engajamento quase igualmente no terreno da entrega — 49% para Flávio, 48,6% para Lula. Assimetria porque a composição interna de cada um conta histórias opostas: Lula é citado por quem o credita, Flávio é citado por quem o credita e, em medida dezesseis vezes maior, por quem o cobra. No terreno em que a eleição se decide — a entrega material —, Lula não está na defensiva. Quem está é o adversário.

E quem produz esse discurso de entrega? Sessenta e seis por cento do engajamento positivo vem de políticos, 11,9% de influenciadores, 11% da mídia jornalística. A entrega material é uma narrativa de palanque, não de rua. E o tom é unânime: 100% dos textos de apoio sobre entrega são positivos, e as emoções que

os movem são esperança (45,1%) e orgulho (41,3%). Não há um único texto de oposição relevante nesse campo. Isso é força e é fragilidade ao mesmo tempo: força porque a narrativa é coesa; fragilidade porque não cresce para fora do próprio campo.



O gráfico mede o tom de quem fala de entrega material quando Lula é citado, cruzando a valência do texto com o tipo de ator que publica, ponderado por engajamento. O enquadramento de prova material de entrega é aquele que trata a obra, o benefício ou o serviço como fato verificável da gestão. A leitura é inequívoca: a entrega creditada é força, e é força quase sem contrapeso.

Entre os políticos, 99,7% do engajamento é positivo; entre influenciadores, 100%; entre artistas e cultura, 100%; entre partidos, 100%. A mídia jornalística é o único segmento com alguma fissura, e ainda assim 95,3% do seu engajamento é positivo, contra 4,7% neutro. O negativo praticamente não existe: aparece em 0,3% do engajamento dos políticos e some em todo o resto. Não há flanco aberto aqui — há uma avenida.

O que isso significa é que a entrega material, quando o assunto é Lula, não está sendo cobrada e negada: está sendo creditada, e creditada sobretudo por quem tem mandato. Os políticos respondem por 66,4% do engajamento total do recorte, seguidos de influenciadores (11,9%), mídia jornalística (11,0%) e artistas e cultura (6,5%). A distribuição revela uma coalizão de emissão: o palanque fala, o influenciador amplifica, o artista adere e a imprensa, quando entra, entra pelo mesmo tom.

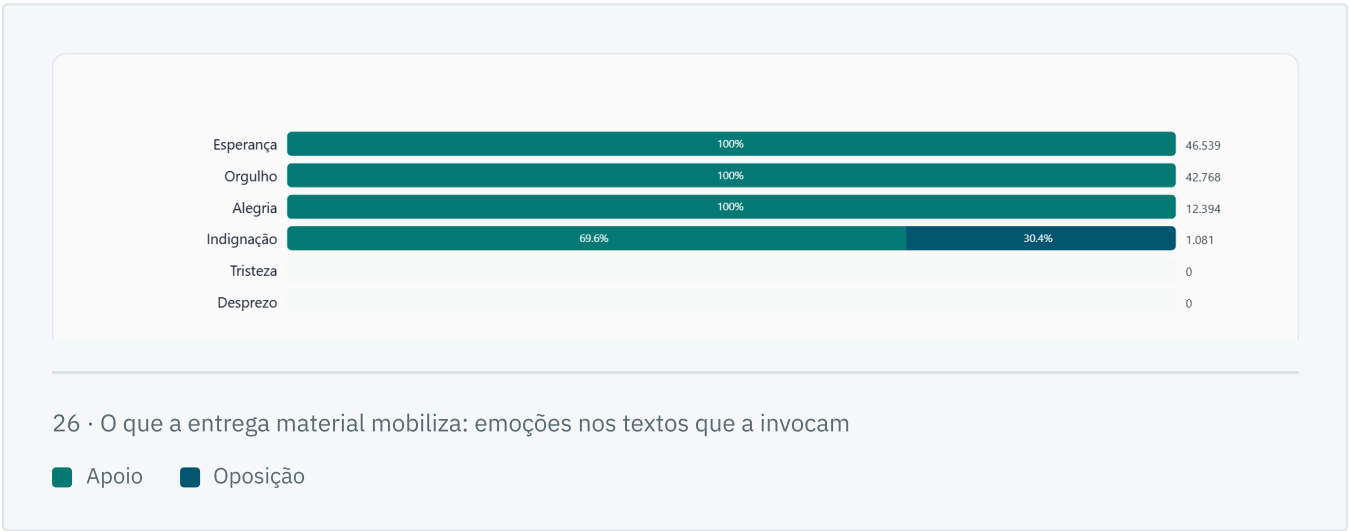
O CCFE, que mede confiança, coragem e força atribuídas a um ator, registra esperança em 44% dos textos e frustração em 41% — e a frustração não é oposição a Lula, é a distância entre o que se promete e o que se percebe.

O MAPAM, que identifica os papéis actanciais-morais atribuídos a quem é citado, mostra Lula como protetor em 45% dos casos e a comunidade como beneficiária em 30%: a entrega é narrada como proteção que chega ao povo, não como favor que desce do poder.

A pergunta que o painel faz é se isso é campanha ou percepção difusa. Os números sugerem campanha — e campanha bem-sucedida no terreno que escolheu. O apoio responde por 97% do posicionamento, a polarização é baixa em 93% dos textos, e a fundação moral do cuidado aparece no polo virtuoso em 99% das publicações: não se ataca, não se desqualifica, não se polariza. Entrega-se. A vulnerabilidade democrática é baixa em 99% dos casos, e a exigência de prova é baixa em 60% — ou seja, a entrega é aceita pelo relato, não pela auditoria.

Isso é força enquanto dura, mas é força que depende de o eleitor não pedir a nota fiscal. O flanco, se existe, não está na entrega negada: está na entrega cobrada. E quem cobra não é o político, é o eleitor que ainda não apareceu neste gráfico.

Vale dizer: a mídia jornalística é o único segmento que ensaia o neutro, e o faz em 4,7% do seu engajamento — pouco, mas é o único lugar onde a entrega é relatada em vez de celebrada. Se esse relato crescer, cresce a exigência de prova, hoje baixa em 60% dos textos. Aí a força vira flanco. Por ora, a coalizão que sustenta o crédito da entrega fala alto e em uníssono; a oposição, quando fala, fala em 0,3% do engajamento dos políticos e em nada mais. O gráfico mostra um terreno conquistado, não disputado.



A entrega material, quando vira discurso de apoio a Lula, fala a língua da esperança e do orgulho — e quase não fala a língua da cobrança. É o que este gráfico mostra: entre os textos que invocam a entrega concreta e citam Lula, a esperança responde por 45% do engajamento e o orgulho por 41%, com a alegria fechando 13%.

A indignação, que na abordagem deste painel é o afeto da promessa cobrada e não cumprida, aparece com 0,2% quando vem da oposição e 0,1% quando vem do próprio campo do apoio. Ou por outra: a entrega, aqui, não é apresentada como dívida quitada a ser conferida — é apresentada como dádiva a ser celebrada. E dádiva não se cobra; agradece-se.

Vale dizer o que esse desequilíbrio produz. O enquadramento de prova material da entrega, que mede o quanto o texto ancora a fala em obra, decreto ou benefício verificável, está em 100% do recorte — mas a exigência de prova é baixa em 60% dos textos e alta em apenas 1%. Ou seja: invoca-se a entrega como fato consumado, sem que o discurso se organize em torno de demonstrá-la.

É a assinatura do decreto dos fãs, do fim da taxa das blusinhas, do reajuste do Bolsa Família de R\$ 600 para R\$ 691, do Túnel Santos–Guarujá, do Hospital de Amor em Barretos: a obra entra como prova de que o governo entrega, e a emoção que ela mobiliza é a gratidão, não a verificação.

Quando a fundação moral do cuidado aparece no polo virtuoso em 99% dos textos, o que se aciona é o vínculo entre quem protege e quem é protegido — e o MAPAM, o Modelo de Análise de Papéis Actancial-Morais, que identifica quem o autor trata como vítima, agressor, protetor, reparador, comunidade ou estrutura,

confirma o arranjo: Lula é enquadrado como protetor em 45% dos casos e a comunidade aparece em 30%. Não há agressor relevante nessa gramática. Sem vilão, não há promessa descumprida a ser cobrada; há só o protetor e os protegidos.

O que isso significa para a disputa é mais delicado do que parece. A oposição, quando tenta entrar nesse terreno, entra pela porta estreita: 63% da indignação do recorte vem dela, mas o volume é residual diante de uma máquina de esperança que responde por 45% do engajamento. E o custo dessa escolha aparece no outro lado: ao transformar cada entrega em motivo de orgulho e cada benefício em gesto de cuidado, o campo do apoio constrói vínculo afetivo, mas abre mão da cobrança — e a cobrança é justamente o que converte a entrega em voto de quem ainda não está convencido.

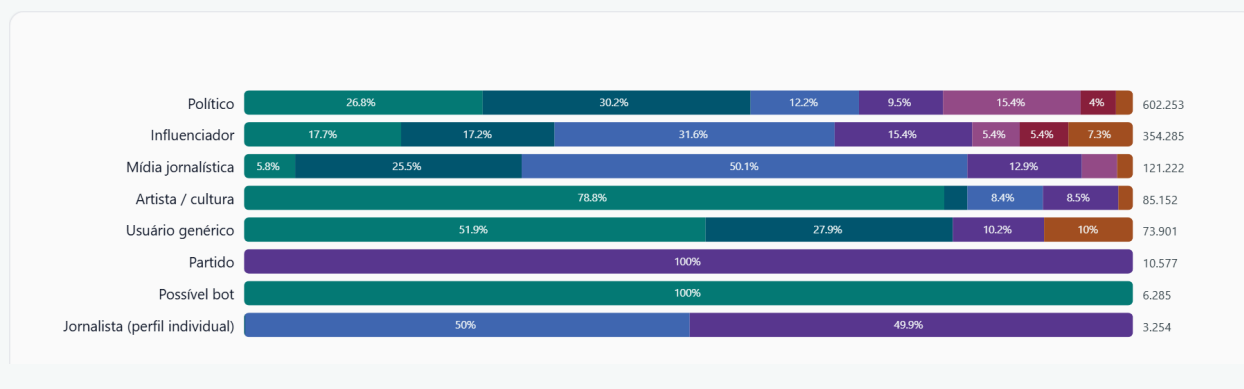
Quem celebra o que já foi feito não tem o que exigir do que falta; e o eleitor indeciso, esse que a campanha persegue, raramente se move por gratidão — move-se por expectativa. A esperança que este gráfico mede é a esperança do retroativo, a do "olhe o que eu fiz", não a do "veja o que farei". É uma energia que olha para trás no exato momento em que a eleição pede que se olhe para frente.

Há ainda um detalhe que o número escancara: a oposição, quando fala de entrega, também usa o enquadramento da prova material em 100% dos seus textos — mas o faz para negá-la, e o faz com indignação em 62% e desprezo em 23%. O problema é de escala, não de repertório. Enquanto o campo do apoio transforma a entrega em 45% de esperança e 41% de orgulho, a oposição tenta transformá-la em 0,2% de indignação. A assimetria é brutal, e ela diz menos sobre quem está certo do que sobre quem está falando mais alto.

A entrega material, neste recorte, é um ativo que o governo monopoliza emocionalmente — e um ativo que a oposição ainda não conseguiu sequer arranhar. Se a promessa cobrada e não cumprida é o combustível da indignação, e se a indignação é o que move a oposição, então o silêncio dela sobre a entrega é o dado mais eloquente deste gráfico: não há, hoje, uma narrativa de promessa traída capaz de disputar com a narrativa de promessa realizada. O flanco está aberto — e ninguém o está atacando.

COMO SE FALA: A GRAMÁTICA EMOCIONAL DOS DOIS LADOS

A assinatura afetiva dos dois campos é o retrato mais eloquente da semana. Quem apoia Lula fala em esperança (49%), orgulho (35%) e alegria (9%); quem se opõe fala em indignação (58%), desprezo (29%) e raiva (5%). São dois idiomas distintos, e o idioma da oposição é mais mobilizador. A indignação é a emoção que move ação política; a esperança move adesão, mas com menos urgência. É por isso que, mesmo em menor volume, a oposição pauta o tom da semana.



6 · Emoções por tipo de ator que fala de Lula (quem mobiliza o quê)

■ Esperança
 ■ Orgulho
 ■ Desprezo
 ■ Indignação
 ■ Alegria
 ■ Raiva
 ■ Demais categorias

O gráfico mede o repertório emocional de quem fala de Lula, cruzando o tipo de ator que publica com as emoções expressas no texto, ponderado por engajamento — ou seja, exposição. E o que ele revela é uma assimetria estrutural: a máquina de esperança é política e paga em interações; a máquina de indignação é difusa e barata. Os políticos concentram 33,1% do engajamento do seu próprio bloco na esperança e 29,4% no orgulho, com a alegria somando 18,1% — três emoções positivas que respondem por quatro quintos do que esse ator mobiliza ao falar de Lula.

É o retrato de um partido em modo de celebração: comício, decreto, entrega, "É 13!". A esperança, que é a emoção de quem projeta um futuro desejável, aparece em 76,2% do engajamento total do segmento; o orgulho, que é a satisfação com o que já se conquistou, em 76,9%. Não é discurso de convencimento — é discurso de quem já converteu.

Do outro lado, a indignação é a emoção mais transversal do recorte: responde por 36,1% do engajamento dos influenciadores e por 53,2% do engajamento da mídia jornalística, contra apenas 10,8% dos políticos. Vale dizer: quem se indigna ao falar de Lula não é o político de oposição — é o influenciador e o veículo. E aqui está o achado que interessa ao painel: a oposição a Lula, quando expressa em emoção, é majoritariamente indignação (63%) e desprezo (23%), enquanto o apoio é esperança (46%) e orgulho (37%).

São dois registros que não se cruzam. O apoio celebra; a oposição acusa. O apoio fala de entrega; a oposição fala de corrupção moral — 27% dos enquadramentos específicos de oposição, contra 30% de "prova material entrega" no campo do apoio.

O dado mais eloquente é o desprezo. Ele responde por 39,5% do engajamento dos políticos que falam de Lula e por 37,8% do dos influenciadores — mas por apenas 14,7% do da mídia jornalística. Traduzindo: o desprezo é a emoção do adversário que fala em nome próprio, não do veículo que relata. O político de oposição não argumenta contra Lula; ele o diminui.

E o medo, que seria a emoção de quem teme o que Lula representa, é residual: 47,6% do engajamento da mídia jornalística no segmento, mas apenas 2,2% do engajamento dos influenciadores. Não há campanha do medo em curso — há campanha do nojo e da raiva, com o desprezo funcionando como emoção-ponte entre os dois.

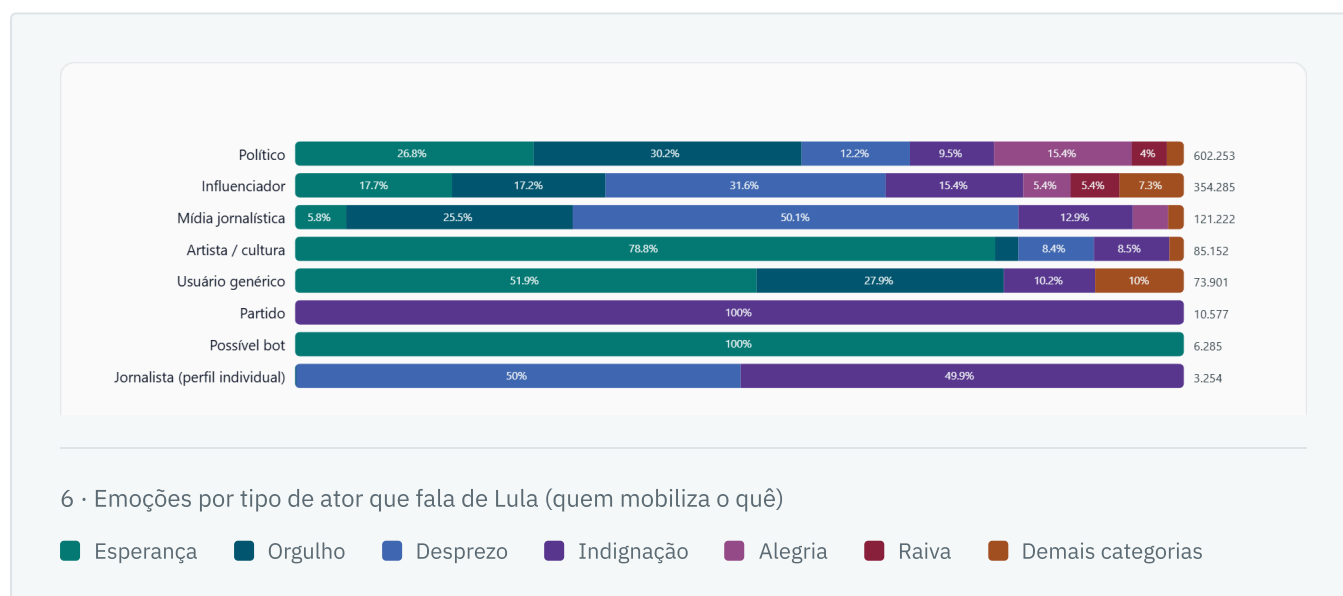
O que isso sugere sobre a semana de 17 a 23 de setembro é preciso: o pico do discurso de Lula na Assembleia Geral da ONU, em 22, elevou o orgulho a emoção do dia e fez o apoio chegar a 58%, mas o dia seguinte, 23, desabou para 0,5% de participação no total e viu o desprezo assumir como emoção dominante — um pico que não se sustentou, portanto evento, não narrativa. A projeção externa, o "não seremos colônia de ninguém", não virou crédito interno: o flanco doméstico da entrega material, que é o que o eleitor de Lula consome, seguiu sendo o motor da esperança, não a soberania.

E a oposição, que deveria ter surfado a onda da ONU para desgastar o governo, preferiu o silêncio ou o desprezo difuso — Flávio Bolsonaro, Nikolas Ferreira e Tarcísio de Freitas estão entre as vozes de peso que não falaram do assunto no período, o que é lacuna ou cálculo, mas não é confronto.

Para a tese do painel, o gráfico entrega o essencial: a vantagem de Lula está na capacidade de converter o próprio ator político em emissor de esperança com engajamento altíssimo — 33,1% do bloco político, 76,2% do segmento. A desvantagem está em que essa esperança é monopólio de quem já está convertido: o político fala para a base, e a base responde.

A oposição, por sua vez, não construiu uma emoção de mobilização própria — ela reage com indignação e desprezo, mas não com medo nem com uma esperança alternativa. Quem fala de Lula com raiva não está propondo nada; está apenas recusando. E num primeiro turno a duas semanas da votação, recusar sem propor é o caminho mais curto para a derrota.

O cruzamento por tipo de ator mostra quem mobiliza o quê. O político que cita Lula aciona esperança (33%), orgulho (29,2%) e alegria (17,9%) — é o repertório da vitória. O influenciador aciona indignação (36%) e desprezo (14,1%) — é o repertório do combate. A mídia jornalística aciona indignação (53,2%) e desprezo (11,1%) — e aqui está o dado que deveria preocupar o governo: quando a imprensa se emociona ao falar de Lula, ela se emociona negativamente. O medo aparece em 5,4% dos textos jornalísticos, e a tristeza em 4,1%. Não é cobertura neutra; é cobertura com temperatura.



O gráfico mede o repertório emocional de quem fala de Lula, cruzando o tipo de ator que publica com as emoções expressas no texto, ponderado por engajamento — ou seja, exposição. E o que ele revela é uma assimetria estrutural: a máquina de esperança é política e paga em interações; a máquina de indignação é

difusa e barata. Os políticos concentram 33,1% do engajamento do seu próprio bloco na esperança e 29,4% no orgulho, com a alegria somando 18,1% — três emoções positivas que respondem por quatro quintos do que esse ator mobiliza ao falar de Lula.

É o retrato de um partido em modo de celebração: comício, decreto, entrega, "É 13!". A esperança, que é a emoção de quem projeta um futuro desejável, aparece em 76,2% do engajamento total do segmento; o orgulho, que é a satisfação com o que já se conquistou, em 76,9%. Não é discurso de convencimento — é discurso de quem já converteu.

Do outro lado, a indignação é a emoção mais transversal do recorte: responde por 36,1% do engajamento dos influenciadores e por 53,2% do engajamento da mídia jornalística, contra apenas 10,8% dos políticos. Vale dizer: quem se indigna ao falar de Lula não é o político de oposição — é o influenciador e o veículo. E aqui está o achado que interessa ao painel: a oposição a Lula, quando expressa em emoção, é majoritariamente indignação (63%) e desprezo (23%), enquanto o apoio é esperança (46%) e orgulho (37%).

São dois registros que não se cruzam. O apoio celebra; a oposição acusa. O apoio fala de entrega; a oposição fala de corrupção moral — 27% dos enquadramentos específicos de oposição, contra 30% de "prova material entrega" no campo do apoio.

O dado mais eloquente é o desprezo. Ele responde por 39,5% do engajamento dos políticos que falam de Lula e por 37,8% dos influenciadores — mas por apenas 14,7% da mídia jornalística. Traduzindo: o desprezo é a emoção do adversário que fala em nome próprio, não do veículo que relata. O político de oposição não argumenta contra Lula; ele o diminui.

E o medo, que seria a emoção de quem teme o que Lula representa, é residual: 47,6% do engajamento da mídia jornalística no segmento, mas apenas 2,2% do engajamento dos influenciadores. Não há campanha do medo em curso — há campanha do nojo e da raiva, com o desprezo funcionando como emoção-ponte entre os dois.

O que isso sugere sobre a semana de 17 a 23 de setembro é preciso: o pico do discurso de Lula na Assembleia Geral da ONU, em 22, elevou o orgulho a emoção do dia e fez o apoio chegar a 58%, mas o dia seguinte, 23, desabou para 0,5% de participação no total e viu o desprezo assumir como emoção dominante — um pico que não se sustentou, portanto evento, não narrativa. A projeção externa, o "não seremos colônia de ninguém", não virou crédito interno: o flanco doméstico da entrega material, que é o que o eleitor de Lula consome, seguiu sendo o motor da esperança, não a soberania.

E a oposição, que deveria ter surfado a onda da ONU para desgastar o governo, preferiu o silêncio ou o desprezo difuso — Flávio Bolsonaro, Nikolas Ferreira e Tarcísio de Freitas estão entre as vozes de peso que não falaram do assunto no período, o que é lacuna ou cálculo, mas não é confronto.

Para a tese do painel, o gráfico entrega o essencial: a vantagem de Lula está na capacidade de converter o próprio ator político em emissor de esperança com engajamento altíssimo — 33,1% do bloco político, 76,2% do segmento. A desvantagem está em que essa esperança é monopólio de quem já está convertido: o político fala para a base, e a base responde.

A oposição, por sua vez, não construiu uma emoção de mobilização própria — ela reage com indignação e desprezo, mas não com medo nem com uma esperança alternativa. Quem fala de Lula com raiva não está propondo nada; está apenas recusando. E num primeiro turno a duas semanas da votação, recusar sem

propor é o caminho mais curto para a derrota.

O QUE VIRALIZA: O CASO DAS BETS E A ECONOMIA DO DESPREZO

O que mais circulou na semana não foi a ONU, foi a briga. A publicação mais engajada do período é da Folha de S.Paulo, com 98.785 interações e 1,44 milhão de alcance, em que Flávio Bolsonaro critica o reajuste do Bolsa Família e chama a medida de "ato de desespero". Em segundo lugar, um influenciador chamado Matheus, com 69.921 interações e 1,17 milhão de alcance, ironizando a fala de Lula sobre as bets: "o futebol viveu um século e meio sem as bets". Em terceiro, a política TALÍRIA 5077, com 61.971 interações, replicando o mesmo conteúdo. O padrão é claro: o que viraliza é o contra-ataque, não a entrega.

16 · As publicações sobre Lula que mais circularam

Ordenadas por interações no recorte do quadro.

#	PUBLICAÇÃO	INTERAÇÕES ▾	ALCANCE
1	ENTREVISTA COM O CANDIDATO - Luiz Inácio Lula da Silva (PT) participa nesta quinta-feira (27) da série de entrevistas da TV Globo com os candidatos à Presidência da República nas eleições de 2026. A entrevista ... g1 · Influenciador · TikTok · 2026-08-28 NEUTRO	276.900	3.600.000
2	🔴 BOMBA O presidente Lula acaba de pedir a QUEBRA COMPLETA do sigilo das investigações do Banco Master, doa a quem doer. Eu me somo ao presidente Lula e estou pedindo o mesmo. E aí, @FlavioBolsonaro, tem... Erika Hilton · Político · Instagram · 2026-09-09 NEGATIVO · INDIGNAÇÃO · DESPREZO	254.026	0
3	ENTREVISTA COM O CANDIDATO - Luiz Inácio Lula da Silva (PT) participa nesta quinta-feira (27) da série de entrevistas da TV Globo com os candidatos à Presidência da República nas eleições de 2026. A entrevista ... g1 · Influenciador · TikTok · 2026-08-28 NAO APLICAVEL	168.300	2.000.000
4	LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA ACABA DE SER REELEITO PRESIDENTE DA REPÚBLICA DO BRASIL! EXPLODAM! André Janones 1813 · Político · Instagram · 2026-09-11 POSITIVO · ALEGRIA · ESPERANÇA	163.841	1.395.231
5	ENTREVISTA COM O CANDIDATO - Luiz Inácio Lula da Silva (PT) participa nesta quinta-feira (27) da série de entrevistas da TV Globo com os candidatos à Presidência da República nas eleições de 2026. A entrevista ... g1 · Influenciador · TikTok · 2026-08-28 NAO APLICAVEL	151.600	2.400.000

#	PUBLICAÇÃO	INTERAÇÕES ▾	ALCANCE
6	ATACADOS POR UM CRIMINOSO Na noite em que só queríamos receber o nosso Presidente Lula, ao lado das outras 30 mil pessoas, acabamos sendo atacados por um criminoso querendo tumultuar a democracia. Ele e seu... Leonel Guterres Radde · Político · Instagram · 2026-09-13 NEGATIVO · RAIVA · INDIGNAÇÃO	150.001	750.382
7	🔥 Aproveitando a calma pra postar isso aqui. Podem me bater e me xingar a vontade, que eu tô cagando e andando. Eu não tenho nenhuma pretensão de ser o queridinho da esquerda, minha única pretensão é ajud... André Janones 1813 · Político · Instagram · 2026-09-12 POSITIVO · ORGULHO	114.250	585.276
8	ENTREVISTA COM O CANDIDATO - Luiz Inácio Lula da Silva (PT) participa nesta quinta-feira (27) da série de entrevistas da TV Globo com os candidatos à Presidência da República nas eleições de 2026. A entrevista ... g1 · Influenciador · TikTok · 2026-08-28 NAO APLICAVEL	99.580	1.200.000
9	O candidato à Presidência do PL, senador Flávio Bolsonaro, criticou nesta quinta-feira (17) o governo Luiz Inácio Lula da Silva (PT) pelo reajuste de 15,04% no Bolsa Família e disse que a medida foi anunciada em um "ato ... Folha de S.Paulo · Mídia jornalística · TikTok · 2026-09-18 NEGATIVO · DESPREZO	98.785	1.440.835
10	Os irmãos Caetano Veloso e Maria Bethânia declararam voto no presidente Luiz Inácio Lula da Silva em shows realizados em dias consecutivos. No sábado (12), Bethânia declarou seu voto durante apresentação no Coala... 342 Artes Cultura e Democracia · Usuário genérico · Instagram · 2026-09-14 POSITIVO	83.363	0
11	🗳️ ELEIÇÕES 2026 O senador #FlávioBolsonaro (PL) afirmou, nesta sexta-feira (28/8), que o presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT) cometeu uma "descortesia" com a jornalista Renata Vasconcellos durante a sabatina do... metropolesoficial · Mídia jornalística · TikTok · 2026-08-29 NEUTRO	81.020	948.300
12	Presidente Lula: "'Ah, o futebol não pode prescindir das bets', mas o futebol viveu um século e meio sem as bets." acabou com todos os argumentos de quem defende as bets no futebol 🤖 https://t.co/fdgOLHKqbV Matheus · Influenciador · Twitter/X · 2026-09-18 POSITIVO · DESPREZO	69.921	1.172.297

#	PUBLICAÇÃO	INTERAÇÕES ▾	ALCANCE
13	➡ SABATINA DE LULA Em #sabatina realizada pelo Jornal Nacional, nesta quinta-feira (27/8), o candidato à reeleição para a #Presidência da República Luiz Inácio #Lula da Silva (PT) afirmou não conhecer a lobista... metropolesoficial · Mídia jornalística · TikTok · 2026-08-28 NEUTRO	66.766	887.900
14	🇧🇷 DECRETO DOS FÃS: Uma construção de anos! 💖 Você já tá sabendo do Decreto dos Fãs, que o Presidente Lula assinou ontem? Vem cá entender de onde essa pauta surgiu e porque ela é tão necessária! Erika Hilton · Político · Instagram · 2026-09-06 POSITIVO · ESPERANÇA	65.277	597.362
15	RT @matheuscaseca: Presidente Lula: "'Ah, o futebol não pode prescindir das bets', mas o futebol viveu um século e meio sem as bets." acab... TALÍRIA 5077 · Político · Twitter/X · 2026-09-18 NEGATIVO · DESPREZO	61.971	799.891
16	O Presidente LULA foi PEGO na MENTIRA em SABATINA na GLOBO! #noticias #lula #presidente #globo animelryk · Influenciador · TikTok · 2026-08-29 NEGATIVO · INDIGNAÇÃO	53.408	359.900
17	O presidente da República e candidato à reeleição em 2026, Luiz Inácio Lula da Silva (PT), pretende manter o ex-presidente Jair Bolsonaro na cadeia. Foi o que disse o petista durante ato de campanha neste sábado... Correio Braziliense · Mídia jornalística · TikTok · 2026-09-19 NEUTRO	53.137	734.253
18	O time está completo e unido. 🧡 Lula, Elmano, Luizianne e Cid juntos por um só caminho: fazer o Ceará continuar melhorando e avançando. Porque o Ceará forte é o Ceará do lado certo. Com Elmano trabalhando junto com... Elmano Freitas Governador do Ceará · Político · Instagram · 2026-09-13 POSITIVO · ESPERANÇA · ORGULHO	52.661	2.672.842
19	Em uma publicação no X, o presidente Lula cobrou transparência e ações imediatas em relação à crise no STF. "Diante da gravidade do maior crime financeiro da história do Brasil, o povo brasileiro precisa de explicações e... Mídia NINJA · Mídia jornalística · Instagram · 2026-09-09 NEGATIVO · INDIGNAÇÃO	50.014	0

#	PUBLICAÇÃO	INTERAÇÕES ▾	ALCANCE
20	De banqueiro a prisioneiro 🏠🔒 Em entrevista ao SBT Brasil, ontem (10), o presidente Lula (PT) comentou a reunião de cerca de meia hora que teve no Palácio do Planalto com Daniel Vercara, então responsável pelo Banco... Brasil de Fato BdF · Mídia jornalística · Instagram · 2026-09-13 NEUTRO	48.883	487.438

A exposição sobre Lula nesta semana se concentra em poucos casos, e o que os une é uma inversão: o conteúdo que mais circula não é o que a campanha produz, é o que os adversários e a imprensa enquadram. Os cinco posts mais engajados do recorte — Folha de S.Paulo (13,8% do engajamento do gráfico), Matheus (9,8%), TALÍRIA 5077 (8,7%), Lenine (7,8%) e Correio Braziliense (7,5%) — somam quase metade de toda a exposição, e três deles são de oposição ou neutros.

O caso mais eloquente é o do reajuste do Bolsa Família: a Folha publica a crítica de Flávio Bolsonaro ao aumento de 15,04%, com tom negativo e desprezo, e esse é o post que mais circula em toda a semana; no mesmo dia, o influenciador Eixo Político anuncia o mesmo reajuste com orgulho e esperança e alcança 1,2 milhão de visualizações, mas com menos da metade do engajamento.

A entrega material de Lula vira exposição máxima quando o adversário a enquadra como oportunismo eleitoral — o enquadramento de corrupção moral, que mede a atribuição de má-fé a quem age por interesse, responde por 27% do discurso de oposição, contra 30% de prova material de entrega no campo de apoio. É a assimetria central: o apoio fala do que Lula fez, a oposição fala do porquê ele fez.

O segundo caso que domina a semana é o das bets, e aqui a dinâmica é mais interessante. Matheus e TALÍRIA 5077, dois perfis de oposição, usam a própria fala de Lula contra as bets para atacá-lo — o trecho "o futebol viveu um século e meio sem as bets" é replicado como prova de que o presidente demorou a agir. Bunklr, influenciador de apoio, celebra a mesma medida como vitória ("FINALMENTE"), e Lázaro Rosa convida a militância a "dominar as redes contra as bets". Ou seja: a mesma política pública é apropriada pelos dois lados, mas o lado que mais engaja é o que a usa para desgastar.

No discurso da Assembleia Geral da ONU, o padrão se repete com sinal trocado: Mídia NINJA, Pragmatismo Político e 342 Artes celebram a soberania e o "Brasil não cabe no quintal de ninguém" com orgulho e esperança, mas o eco dura um dia — 22/09 concentra 3,3% das publicações do recorte e 205 mil interações, e no dia seguinte o assunto praticamente desaparece, com 0,1% das publicações e três interações. É evento, não narrativa: a projeção externa não se converte em crédito interno, e o flanco doméstico segue ocupado por Bolsa Família e bets.

Vale dizer o que o gráfico revela sobre a economia da atenção: dos vinte posts mais engajados, os de apoio somam a maioria das posições, mas os de oposição concentram os maiores picos individuais, e o tom negativo responde por 28% do recorte contra 59% de positivo — proporção que se inverte quando se olha apenas para o topo da tabela. Quem fala com a militância fala para dentro; quem fala contra Lula fala para fora, e alcança mais.

O CCFE, que mede confiança, coragem e força atribuídas a um ator, aparece neutro em 41% dos textos e esperançoso em 34%, mas a frustração de 17% se concentra justamente nos posts de maior circulação — sinal de que a dúvida sobre a capacidade de entrega, não a rejeição ao presidente, é o que move o engajamento adversário.

No MAPAM, que identifica os papéis actanciais-morais atribuídos a quem é citado, Lula aparece como vítima em 35% e como protetor em 22%, mas é agressor em 33% — e esse terço é o que a oposição explora quando transforma o Bolsa Família em cálculo eleitoral. A leitura que este gráfico sustenta é direta: a vantagem de Lula na semana está na militância organizada e no volume de apoio; a desvantagem está em que seus feitos, quando circulam, circulam pela boca de quem os contesta.

PUBLICAÇÃO 1

G1 · INFLUENCIADOR · TIKTOK · 2026-08-28

ENTREVISTA COM O CANDIDATO - Luiz Inácio Lula da Silva (PT) participa nesta quinta-feira (27) da série de entrevistas da TV Globo com os candidatos à Presidência da República nas eleições de 2026. A entrevista é conduzida pelos jornalistas Renata Vasconcellos e César Tralli. A Globo convidou os seis candidatos mais bem colocados na pesquisa de intenção de voto divulgada pela Q

276.900 interações · alcance 3.600.000 · Neutro

[ABRIR PUBLICAÇÃO](#)

PUBLICAÇÃO 2

ERIKA HILTON · POLÍTICO · INSTAGRAM · 2026-09-09

🇧🇷 BOMBA O presidente Lula acaba de pedir a QUEBRA COMPLETA do sigilo das investigações do Banco Master, doa a quem doer. Eu me somo ao presidente Lula e estou pedindo o mesmo. E aí, @FlavioBolsonaro, tem coragem de pedir a quebra do sigilo também ou vai PASSAR MAL?

254.026 interações · alcance 0 · Negativo

[ABRIR PUBLICAÇÃO](#)

PUBLICAÇÃO 3

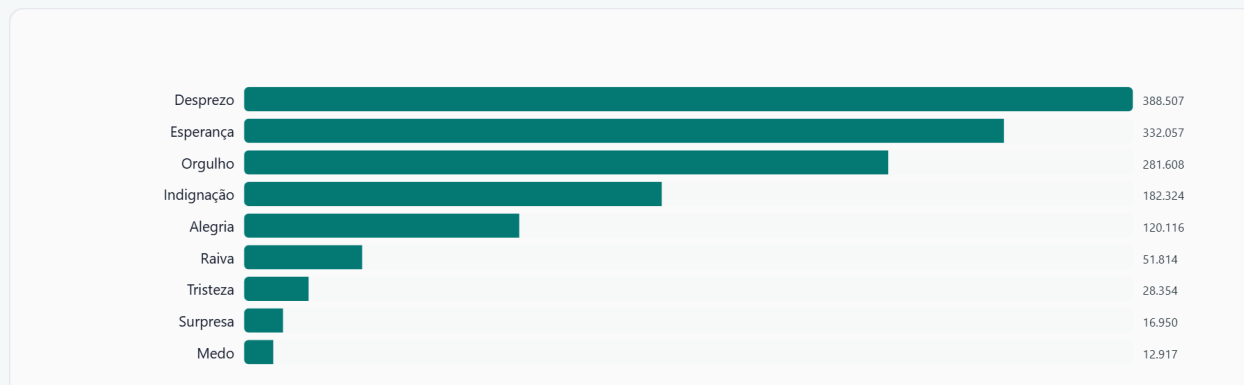
G1 · INFLUENCIADOR · TIKTOK · 2026-08-28

ENTREVISTA COM O CANDIDATO - Luiz Inácio Lula da Silva (PT) participa nesta quinta-feira (27) da série de entrevistas da TV Globo com os candidatos à Presidência da República nas eleições de 2026. A entrevista é conduzida pelos jornalistas Renata Vasconcellos e César Tralli. A Globo convidou os seis candidatos mais bem colocados na pesquisa de intenção de voto divulgada pela Q

168.300 interações · alcance 2.000.000 · Nao aplicavel

[ABRIR PUBLICAÇÃO](#)

O topo dos tops diários confirma a tendência. As emoções que mais aparecem nas publicações mais engajadas são esperança (27,8%), orgulho (24%) e indignação (19,4%). A esperança lidera, mas a distância para a indignação é de apenas oito pontos — e a indignação, ao contrário da esperança, é a emoção que se converte em voto de rejeição. Vale dizer: o campo de Lula ganha em volume de afeto positivo, mas o campo adversário ganha em intensidade de afeto negativo, e intensidade é o que move o eleitor na reta final.



17 · O que costuma viralizar quando Lula é citado: emoções nos tops diários

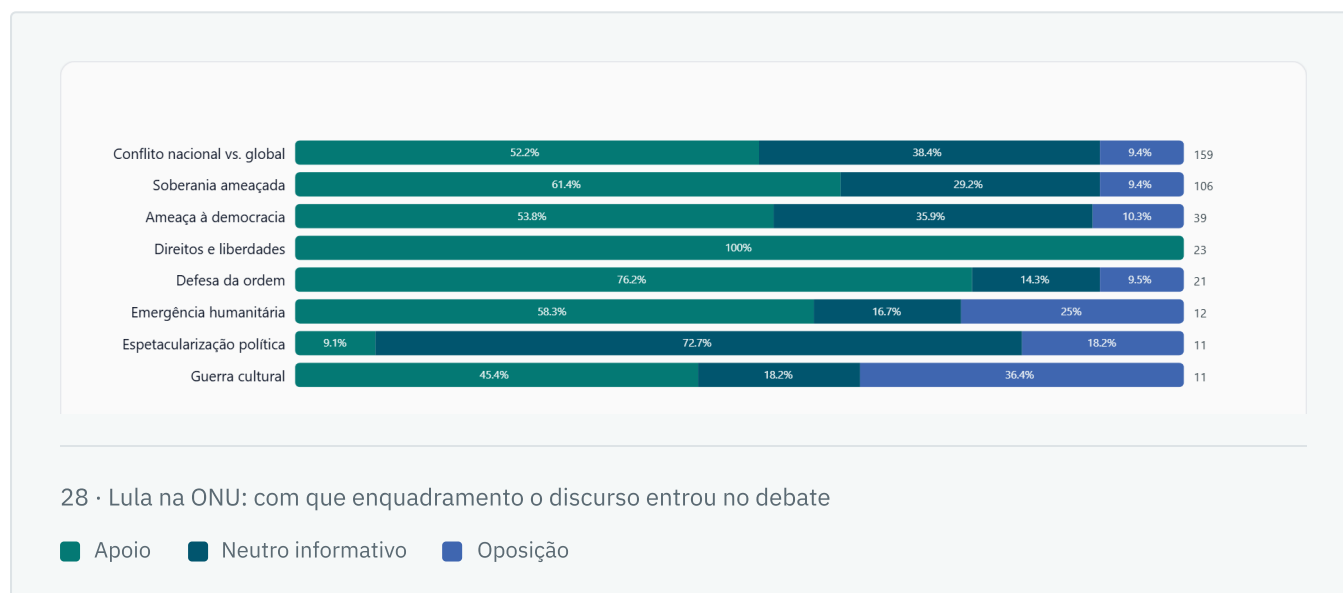
O que move o engajamento quando Lula é citado não é a raiva: é a esperança. No recorte da última semana, os posts mais engajados que o mencionam concentram 27,9% das interações em esperança e 24,2% em orgulho — mais da metade da exposição afetiva do período. A alegria soma 15%, e só então aparece a indignação, com 19,2%. Desprezo (7,4%), raiva (4,2%) e medo (1%) ficam na cauda. A leitura é direta: quem viraliza falando de Lula, viraliza exaltando — e a máquina de indignação, que domina o debate sobre o adversário, aqui não comanda a audiência.

Vale dizer o que isso significa para a disputa. A emoção que o gráfico mede é a que o autor associa a Lula, não o sentimento dele; e o que se vê é um eleitorado mobilizado por entrega e pertencimento — o Decreto dos Fãs, o comício de Rio Preto, a fala na ONU, o voto declarado de Caetano e Bethânia. É a gramática do orgulho e da esperança operando como combustível eleitoral a duas semanas do primeiro turno.

O contraste com o perfil do período inteiro é pequeno, mas a semana confirma: a indignação existe, responde por quase um quinto do engajamento, e ainda assim perde para a soma do afeto positivo. A pergunta que fica é se essa energia se converte em voto — porque engajamento é exposição, e exposição não é urna.

ENQUADRAMENTOS: A SOBERANIA NA ONU E A CORRUPÇÃO EM CASA

O discurso na Assembleia Geral da ONU entrou no debate com dois enquadramentos dominantes: conflito nacional versus global (51,5% dos textos de apoio) e soberania ameaçada (63% dos textos de apoio). É o enquadramento clássico da projeção externa: o Brasil não se submete, o Brasil não cabe no quintal de ninguém. O problema é que esse enquadramento não tem tradução doméstica. Ele mobiliza orgulho, não voto.



O discurso de Lula na Assembleia Geral da ONU entrou no debate como disputa de soberania e de lugar do Brasil no mundo, não como espetáculo — e o gráfico prova isso pela assimetria entre os enquadramentos. Enquadramento, aqui, é o modo como o texto organiza o assunto, e o específico nomeia a pauta concreta do debate brasileiro. Conflito nacional versus global e soberania ameaçada respondem, juntos, por mais de um terço de tudo o que foi publicado citando Lula no recorte, e a soberania ameaçada é o enquadramento mais consensual de todos: 63,8% das publicações que o adotam são de apoio, contra 8,6% de oposição.

Quem defende o discurso fala a língua do "o Brasil não cabe no quintal de ninguém", da não interferência e da crítica às big techs; quem se opõe não tem enquadramento próprio — a oposição se distribui em fatias pequenas, e o maior enquadramento oposicionista do gráfico é justamente o conflito nacional versus global, com 9% das publicações daquele enquadramento.

Ou seja: o campo contrário não construiu uma leitura alternativa do discurso, apenas ocupa a mesmo enquadramento em tom negativo. A leitura de espetáculo praticamente não existe: a espetacularização política aparece em 3% do perfil de enquadramentos, e a oposição que a usa é residual. O que o gráfico

mostra, portanto, é um discurso que entrou no debate já enquadrado pelo próprio governo — soberania, multilateralismo, defesa da democracia — e que a oposição não conseguiu reenquadrar.

Vale olhar o que o apoio mobiliza além da soberania, porque aí está o flanco doméstico. Direitos e liberdades aparece integralmente em publicações de apoio; ameaça à democracia tem 53,8% de apoio; defesa da ordem, 80%; oportunidade econômica, 100%. São enquadramentos que conectam o palco de Nova York à eleição de outubro — a fala sobre as bets, a escala 6x1, a regulação das big techs e o recado aos "inimigos da democracia, internos e externos" são a costura entre projeção externa e crédito interno.

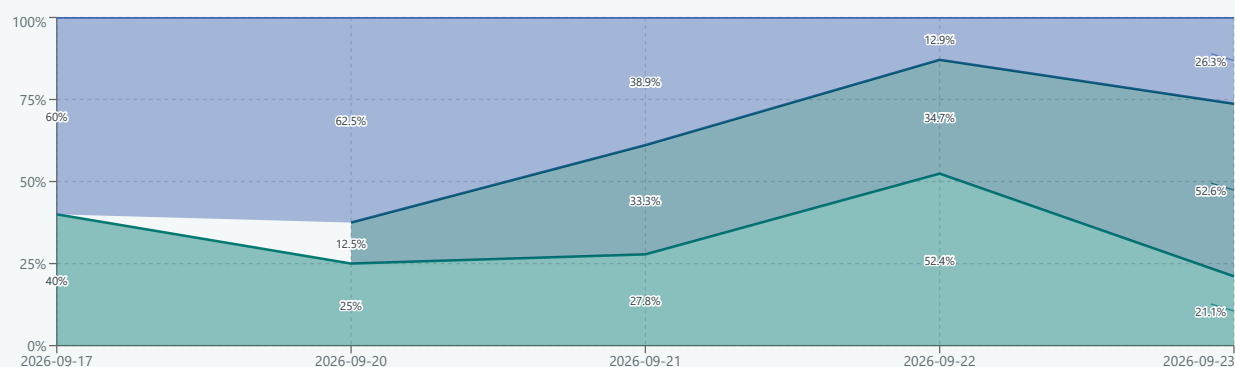
A oposição, quando aparece, tenta deslocar o eixo para corrupção moral e ameaça à família, mas com peso marginal: nenhum desses enquadramentos passa de 1% do total.

É a diferença entre uma narrativa que se sustenta e uma reação que apenas contesta. O gráfico, sozinho, não mede se esse eco durou mais de um dia — isso é do painel —, mas mede o que ele foi: um discurso que entrou no debate com enquadramento definido pelo campo que o proferiu, e que a oposição não conseguiu transformar em escândalo, em espetáculo ou em fracasso diplomático.

Resta saber se essa vantagem narrativa se converte em voto — e aí o gráfico é eloquente pelo que não diz: a soberania ameaçada, enquadramento mais consensual do recorte, é também o mais genérico, o que qualquer eleitor assina sem esforço e nenhum adversário contesta de frente. Enquadramento consensual é enquadramento que não decide eleição; decide a agenda. O que decide é a entrega material — e o gráfico mostra que a oportunidade econômica, único enquadramento que liga o discurso a resultado concreto, aparece em fatia mínima, inteiramente no campo do apoio.

Ou por outra: o governo ganhou a batalha do enquadramento e ainda não travou a batalha da causalidade. Enquanto o debate sobre a ONU girar em torno de quem defende a soberania, Lula dita o tom; no dia em que girar em torno do que a soberania entregou ao bolso do eleitor, o enquadramento que hoje o favorece pode virar cobrança.

A série diária do eco da ONU mostra que o pico foi real e curto. Em 22 de setembro, dia do discurso, o volume de publicações sobre o tema salta para 142 no recorte, com 52,8% de sentimento positivo. Em 23, cai para 11 publicações, com 45,5% de sentimento negativo. O discurso foi evento, não narrativa. Durou um dia. E o dia seguinte já era outro assunto — a crise no STF, o caso Master, a briga interna do bolsonarismo.



29 · O eco do discurso na ONU, dia a dia, por sentimento

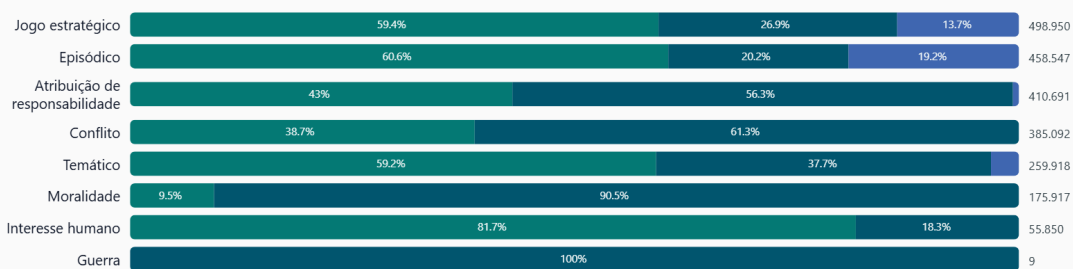
■ Positivo ■ Negativo ■ Neutro

O discurso de Lula na ONU não virou narrativa: foi evento de um dia, e o gráfico prova. Na semana de 17 a 23 de setembro, o tom em torno do presidente na Assembleia Geral só explode em 22 de setembro, o dia da fala, quando o positivo salta para 53% e o negativo para 35% — e no dia seguinte o positivo desaba para 18%, com o negativo a 45%. Um pico que não se sustenta é evento; um que se sustenta é narrativa. Este morreu no dia seguinte.

Vale dizer o que isso significa em termos de disputa. O apoio a Lula na ONU se expressa sobretudo como esperança (38%) e orgulho (33%) — emoções de afirmação, não de combate. A oposição, ao contrário, se move pela indignação (76%), e o vício da trapaça e da degradação moral aparece em 100% dos textos contrários, enquanto a liberdade virtuosa marca 71% dos favoráveis. Ou seja: quem apoia evoca soberania e bem comum (90%); quem ataca evoca corrupção moral e suspeita.

O problema para Lula é que a indignação, mesmo minoritária, tem mais combustível de circulação do que o orgulho — e o gráfico mostra que ela sobreviveu ao dia 22 enquanto o positivo não. A pergunta que fica é a que o painel faz: projeção externa que não vira crédito interno é energia gasta fora do terreno da disputa.

Enquanto isso, o enquadramento que domina o debate sobre Lula no acumulado é outro. No perfil geral do recorte, prova material de entrega responde por 27% dos enquadramentos específicos, oportunidade econômica por 16%, direitos e liberdades por 14% e corrupção moral por 12%. Mas quando se olha para o que a oposição aciona, a corrupção moral salta para 27% — e é ela que sustenta a indignação. O governo fala de entrega; a oposição fala de corrupção. E a corrupção, como se sabe, é o enquadramento que mais desgasta um incumbente.



7 · Enquadramento genérico × sentimento nos textos que citam Lula

■ Positivo ■ Negativo ■ Neutro

O gráfico mede o enquadramento genérico — a forma pela qual o texto organiza o assunto, se como caso isolado (episódico), estrutura (temático), briga (conflito), história pessoal (interesse humano), cálculo de poder (jogo estratégico), cobrança de responsabilidade ou juízo moral — cruzado com o sentimento do texto, entre as publicações que citam Lula, medido por engajamento. E o que ele revela é que o tom negativo sobre Lula não se sustenta em crítica estrutural: ele se sustenta em episódio e em briga.

A evidência é escancarada. O enquadramento episódico com sentimento positivo responde por 53,9% do engajamento daquele enquadramento e por 14,6% de tudo o que circulou no recorte — é a maior célula do gráfico. A atribuição de responsabilidade com tom negativo vem em segundo, com 57,9% do seu próprio enquadramento e 11,3% do total; o conflito negativo, em terceiro, com 59,2% e 9,8%. Ou por outra: o positivo de Lula circula como acontecimento — comício, entrega, fala, decreto, o caso concreto que a militância amplifica —, enquanto o negativo circula como acusação de responsabilidade e como briga. Nenhum dos dois é temático.

Vale dizer o que isso significa. O enquadramento temático com tom negativo responde por apenas 24,2% do seu enquadramento e 2,2% do total; a moralidade negativa, por 53,1% do seu e 5,0% do total. A crítica a Lula que efetivamente engaja não é a que discute política pública, dívida, custo de vida ou gestão: é a que aponta culpa e a que encena confronto. O adversário que quisesse desgastá-lo de forma duradoura teria de migrar do episódico para o temático — e não migrou.

Já o campo de Lula faz o inverso e faz bem: 92,6% do interesse humano é positivo, 71,3% do temático é positivo, 51,7% do jogo estratégico é positivo. A máquina de apoio transforma cada ato em narrativa de proximidade e de vitória; a de oposição transforma cada fato em episódio de culpa.

Há um dado que fecha o argumento: o enquadramento de guerra é negativo em 97,9% dos casos. Quando o debate sobre Lula vira vocabulário de guerra, é sempre contra ele — e é aí que a oposição mais radicaliza, ainda que com peso pequeno no conjunto.

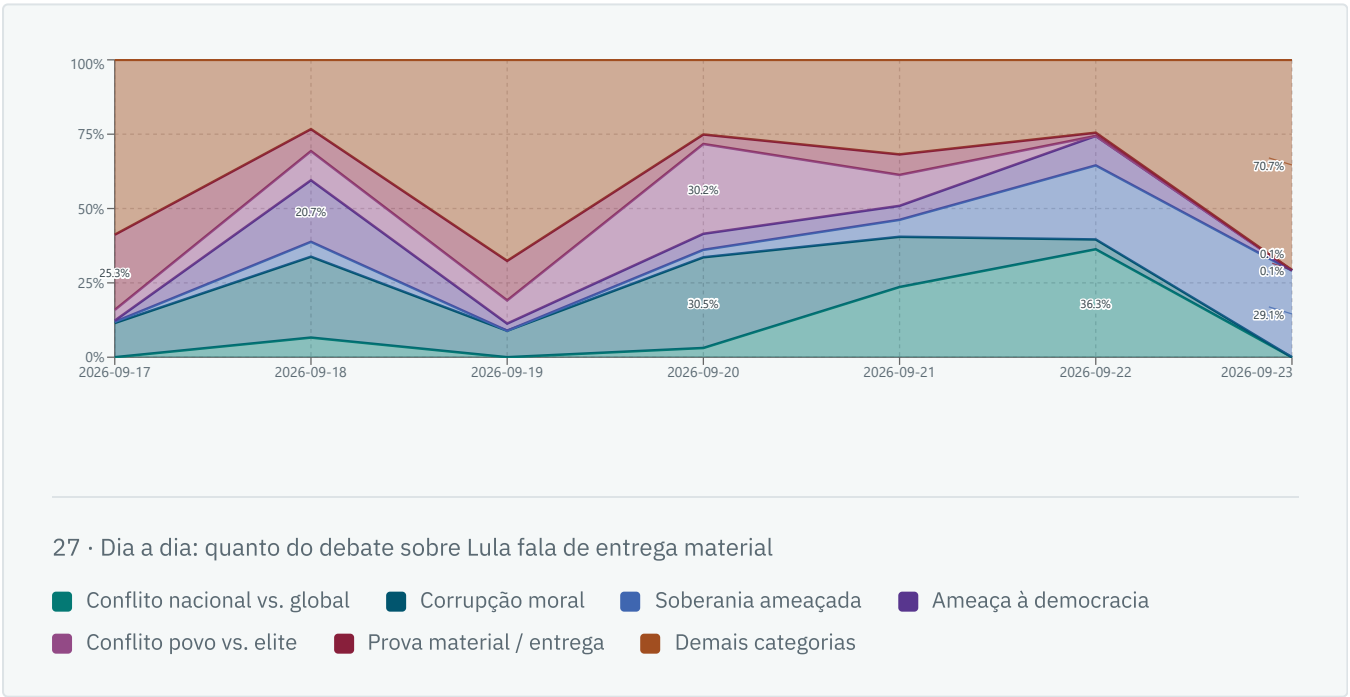
O contraste com o perfil moral do recorte confirma a assimetria: a fundação do cuidado aparece no polo virtuoso em 83% dos textos, a lealdade em 87%, a liberdade em 76%, enquanto a autoridade aparece no polo da subversão em 53% e a pureza no polo da degradação em 79% — a oposição aciona o vício da de-

gradação e da subversão, o campo de Lula aciona o cuidado e a lealdade, e é essa gramática moral que dá ao positivo a aparência de defesa de algo e ao negativo a aparência de acusação de algo.

O que o gráfico sugere, portanto, é que a vantagem de Lula nesta semana não está em convencer pelo argumento, e sim em ocupar o registro do acontecimento e da entrega material — o enquadramento episódico positivo, sozinho, carrega quase três vezes o engajamento do temático negativo. A desvantagem está em que a acusação de responsabilidade e o conflito, quando engatam, engatam com força: 57,9% e 59,2% de seus próprios enquadramentos são negativos, o que indica que a crítica a Lula, quando encontra o formato certo, converte.

A questão que fica é se o campo adversário percebe que o caminho do desgaste não é o escândalo episódico, que se esgota, mas o temático com consequências econômicas — e se o campo de Lula percebe que a entrega material, sozinha, não blinda contra a cobrança de responsabilidade que ainda não encontrou seu enquadramento de massa.

A série diária de enquadramentos mostra como o debate oscila. Em 17 de setembro, prova material de entrega lidera com 25%; em 18, corrupção moral assume com 27,1% e ameaça à democracia com 20,7%; em 19, corrupção moral cai para 16,2% e conflito povo versus elite sobe para 15,3%; em 20 e 21, o debate se dispersa; em 22, o dia da ONU, os enquadramentos de soberania e conflito global dominam. A leitura é que o governo consegue impor a pauta da entrega em dias de evento, mas perde a pauta para a corrupção nos dias de vácuo.



A entrega material é o terreno em que Lula entra na semana, e é dele que ele sai. Em 17 de setembro, quando a campanha ainda digerira o Datafolha que o colocava em 46% contra 44% de Flávio Bolsonaro no segundo turno, o enquadramento de prova material da entrega respondia por 25,3% do engajamento do dia — o maior da série —, seguido de oportunidade econômica (15,4%) e defesa da ordem (14,6%). Era o "pacote de bondades" de R\$ 271 bilhões, o reajuste de 15,04% do Bolsa Família, a promessa de acabar com as bets: o governo falando de obra, de dinheiro no bolso, de resultado.

No dia seguinte, 18, o chão se move: corrupção moral salta a 27,1% e ameaça à democracia a 20,7%, enquanto a prova material desaba para 7,3%. O que entrou foi o caso Master, o celular de Vorcaro, a acusação de Mendonça contra Moraes, a suspeita sobre o vídeo comprometedor de Flávio. A entrega não perdeu espaço porque perdeu força: perdeu espaço porque outro assunto ocupou a agenda — e o ocupou pelo flanco da moralidade, não da economia.

Vale dizer o que isso significa em termos de disputa. A prova material da entrega é o enquadramento que mede a apresentação de resultado concreto — obra, benefício, número —, e ele é o ativo mais valioso de um incumbente em ano eleitoral: é o que converte governo em voto. Quando ele cai de um quarto do engajamento para menos de um décimo em vinte e quatro horas, o que se perde não é um tema, é o terreno.

E o terreno que o substituiu é aquele em que Lula é citado, não aquele em que ele fala: no recorte, ele é a pessoa citada em 100% das publicações, mas os papéis actanciais-morais do MAPAM, o Modelo de Análise de Papéis Actancial-Morais, que identifica quem o texto trata como vítima, agressor, protetor ou reparador, distribuem-se quase em partes iguais entre vítima (29%), protetor (28%) e agressor (28%) — ou seja, a mesma figura é simultaneamente o que entrega e o que é acusado, e a balança pende conforme o dia.

A oportunidade econômica, que em 17 respondia por 15,4%, cai a 0,7% em 18 e volta a 13,9% em 19, quando o assunto é o Bolsa Família e a violência contra a mulher; a soberania ameaçada, que era 0,4% em 17, explode a 5,0% em 18 e some em 19.

O discurso na Assembleia Geral da ONU, em 22, reacende o orgulho e a projeção externa — o "Brasil não cabe no quintal de ninguém", o recado a Trump, a defesa da soberania —, mas o que ele reacende é o enquadramento de conflito nacional contra global, não o de entrega. É a distinção que importa: projeção externa gera aplauso, não crédito interno. O apoio responde por 54% do posicionamento no recorte, e o que ele mobiliza é esperança (49%) e orgulho (35%), com bem comum em 83% dos valores republicanos acionados — uma moral de autotranscendência (67%), de cuidado no polo virtuoso (80%), de lealdade no polo virtuoso (88%).

É a gramática da entrega e da defesa, não a da acusação. A oposição, que responde por 14%, fala outra língua: indignação (58%), desprezo (28%), corrupção moral (27%), prestação de contas (44%) e separação entre público e privado (18%) — a moral da trapaça e da captura. São dois vocabulários que não se cruzam, e o gráfico mostra que, na semana, o vocabulário da acusação ganhou mais dias do que o da entrega.

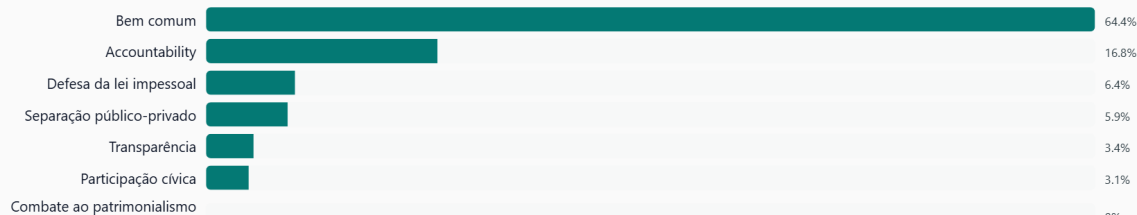
O que este gráfico sugere, então, é que a entrega material é o terreno natural de Lula, mas não é o terreno em que a semana o colocou. Ele entra em 17 falando de Bolsa Família e sai em 22 falando de soberania na ONU, e no meio perdeu o dia 18 para o caso Master e o dia 19 para a indignação.

A pergunta que o painel faz — o que combina e o que não combina entre o que Lula evoca e no que a população se engaja — tem aqui uma resposta incômoda: o que ele evoca com mais força (entrega, oportunidade, bem comum) é exatamente o que o engajamento abandona quando um escândalo entra em cena.

A entrega não é frágil por si; é frágil porque não resiste à concorrência da moralidade. E enquanto o adversário fala a língua da trapaça e da captura, Lula fala a língua do resultado — e o resultado, na semana, perdeu a vez.

VALORES E MORAL: O QUE ESTÁ EM JOGO POR BAIXO DO DEBATE

Os valores republicanos mobilizados quando Lula é citado revelam o campo de batalha. Bem comum lidera com 36,6% do engajamento, seguido de prestação de contas (25%), participação cívica (16,2%), defesa da lei impessoal (9,4%), transparência (7,5%) e separação público-privado (4,8%). O combate ao patrimonialismo aparece com 0,5% — praticamente ausente. Isso é revelador: o debate não está sendo travado em torno da defesa da coisa pública contra o privado, mas em torno de quem entrega e quem presta contas.



12 · Valores republicanos mobilizados quando Lula é citado

Quando Lula é citado, o valor que a coisa pública convoca é o bem comum: ele responde por 37,1% do engajamento do recorte, contra 24,7% da prestação de contas, 16,4% da participação cívica, 9,4% da defesa da lei impessoal, 7,5% da transparência, 4,4% da separação entre público e privado e 0,5% do combate ao patrimonialismo.

Os valores republicanos são o vocabulário com que o texto julga a coisa pública — o bem comum é a ideia de que a decisão serve ao coletivo, a prestação de contas é a exigência de resposta por atos e gastos, a participação cívica é o chamado ao envolvimento do cidadão, a defesa da lei impessoal é a regra igual para todos, a transparência é o dever de mostrar, a separação entre público e privado é a fronteira contra o uso do Estado em proveito próprio, e o combate ao patrimonialismo é o ataque à confusão entre o público e o interesse privado.

A hierarquia é eloquente: o que mobiliza é a entrega e o proveito coletivo, não a prestação de contas.

A evidência é escancarada. O bem comum concentra mais que a soma de prestação de contas e participação cívica, e os três valores que cobram do governante — transparência, impessoalidade e separação entre público e privado — somam pouco mais de um quinto do engajamento. O combate ao patrimonialismo, que é o coração da agenda republicana contra o aparelhamento, praticamente não existe: 0,5%. Ou por outra: o eleitor engajado com Lula não o julga pela régua da prestação de contas, e sim pela régua da entrega.

É a leitura que o contexto confirma — o enquadramento de prova material entregue lidera os específicos com 26%, e a causalidade direta, aquela que atribui o resultado a um ato concreto e não a uma estrutura, responde por 85%. O bem comum, aqui, não é abstração: é obra, decreto, repasse, palanque.

Vale dizer que a assimetria entre os polos explica o gráfico melhor que o gráfico sozinho. Entre quem apoia, o bem comum responde por 72% dos valores acionados e a prestação de contas por apenas 7%; entre quem se opõe, a prestação de contas salta para 52% e o bem comum cai a 16%. A oposição fala a língua da cobrança; a base fala a língua do proveito.

E a fundação moral do cuidado aparece no polo virtuoso em 83% do recorte, enquanto a lealdade virtuosa responde por 87% — o que se aciona é o cuidado com quem recebe e a fidelidade a quem entrega, não a vigilância sobre quem gasta.

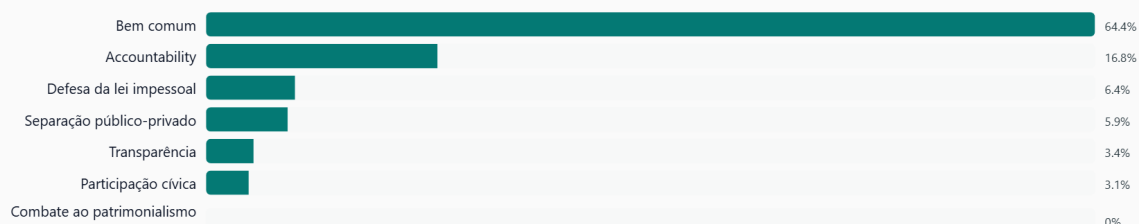
A liberdade virtuosa, por sua vez, aparece em 76%, e a autoridade no polo da subversão em 53% — sinal de que a disputa sobre quem manda e quem desrespeita a regra já está posta, mas não é ela que puxa o engajamento. O que puxa é o cuidado: a fundação do cuidado no polo virtuoso responde por 83% do recorte, e é esse o combustível afetivo do bem comum. Quem entrega é cuidado; quem cobra é chato.

O que este gráfico sugere para a tese do painel é preciso. A vantagem de Lula na semana está em ter transformado a coisa pública em coisa entregue — o bem comum como obra visível, o que a campanha martela com prova material e o que a militância devolve em orgulho e esperança. A desvantagem está no flanco que ele deixa aberto: transparência, impessoalidade e separação entre público e privado somam pouco mais de um quinto do engajamento, e o combate ao patrimonialismo é residual.

É exatamente por aí que a oposição ataca, e o contexto mostra que ela ataca com prestação de contas — 52% dos valores que a oposição aciona.

A pergunta que fica é se a semana da ONU, com soberania e recado a Trump, converteu projeção externa em crédito interno de bem comum ou se morreu como evento. Pelo movimento diário, a emoção dominante do período foi esperança em quase todos os dias, com picos de orgulho nos dias 22 e 23, e o apoio oscilou entre 57% e 78% — a narrativa se sustentou, mas o que a sustentou foi a entrega, não a prestação de contas. Lula ganha a eleição no terreno do bem comum; perde terreno quando o debate migra para a régua da transparência, que é a régua em que a oposição o quer.

A diferença entre os polos confirma a assimetria. Quem apoia Lula aciona bem comum em 83% dos casos e participação cívica em 12%; quem se opõe aciona prestação de contas em 44%, bem comum em 21% e separação público-privado em 18%. Ou seja: o apoio fala a língua do coletivo; a oposição fala a língua da integridade. São duas gramáticas morais distintas, e a da oposição é mais eficaz contra um incumbente, porque prestação de contas é uma cobrança, e cobrança desgasta.



12 · Valores republicanos mobilizados quando Lula é citado

Quando Lula é citado, o valor que a coisa pública convoca é o bem comum: ele responde por 37,1% do engajamento do recorte, contra 24,7% da prestação de contas, 16,4% da participação cívica, 9,4% da defesa da lei impessoal, 7,5% da transparência, 4,4% da separação entre público e privado e 0,5% do combate ao patrimonialismo.

Os valores republicanos são o vocabulário com que o texto julga a coisa pública — o bem comum é a ideia de que a decisão serve ao coletivo, a prestação de contas é a exigência de resposta por atos e gastos, a participação cívica é o chamado ao envolvimento do cidadão, a defesa da lei impessoal é a regra igual para todos, a transparência é o dever de mostrar, a separação entre público e privado é a fronteira contra o uso do Estado em proveito próprio, e o combate ao patrimonialismo é o ataque à confusão entre o público e o interesse privado.

A hierarquia é eloquente: o que mobiliza é a entrega e o proveito coletivo, não a prestação de contas.

A evidência é escancarada. O bem comum concentra mais que a soma de prestação de contas e participação cívica, e os três valores que cobram do governante — transparência, impessoalidade e separação entre público e privado — somam pouco mais de um quinto do engajamento. O combate ao patrimonialismo, que é o coração da agenda republicana contra o aparelhamento, praticamente não existe: 0,5%. Ou por outra: o eleitor engajado com Lula não o julga pela régua da prestação de contas, e sim pela régua da entrega.

É a leitura que o contexto confirma — o enquadramento de prova material entregue lidera os específicos com 26%, e a causalidade direta, aquela que atribui o resultado a um ato concreto e não a uma estrutura, responde por 85%. O bem comum, aqui, não é abstração: é obra, decreto, repasse, palanque.

Vale dizer que a assimetria entre os polos explica o gráfico melhor que o gráfico sozinho. Entre quem apoia, o bem comum responde por 72% dos valores acionados e a prestação de contas por apenas 7%; entre quem se opõe, a prestação de contas salta para 52% e o bem comum cai a 16%. A oposição fala a língua da cobrança; a base fala a língua do proveito.

E a fundação moral do cuidado aparece no polo virtuoso em 83% do recorte, enquanto a lealdade virtuosa responde por 87% — o que se aciona é o cuidado com quem recebe e a fidelidade a quem entrega, não a vigilância sobre quem gasta.

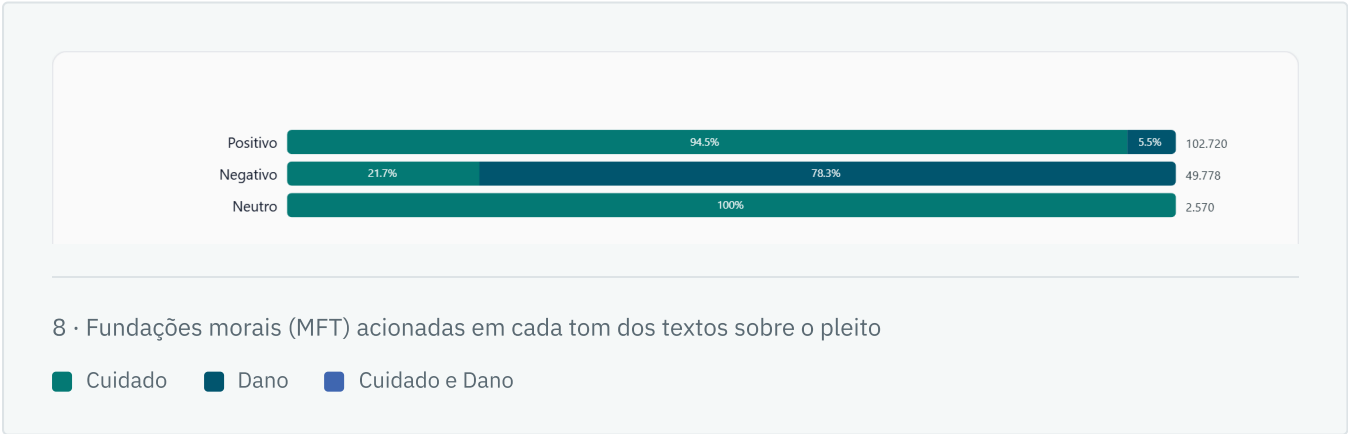
A liberdade virtuosa, por sua vez, aparece em 76%, e a autoridade no polo da subversão em 53% — sinal de que a disputa sobre quem manda e quem desrespeita a regra já está posta, mas não é ela que puxa o engajamento. O que puxa é o cuidado: a fundação do cuidado no polo virtuoso responde por 83% do recorte, e é esse o combustível afetivo do bem comum. Quem entrega é cuidado; quem cobra é chato.

O que este gráfico sugere para a tese do painel é preciso. A vantagem de Lula na semana está em ter transformado a coisa pública em coisa entregue — o bem comum como obra visível, o que a campanha martela com prova material e o que a militância devolve em orgulho e esperança. A desvantagem está no flanco que ele deixa aberto: transparência, impessoalidade e separação entre público e privado somam pouco mais de um quinto do engajamento, e o combate ao patrimonialismo é residual.

É exatamente por aí que a oposição ataca, e o contexto mostra que ela ataca com prestação de contas — 52% dos valores que a oposição aciona.

A pergunta que fica é se a semana da ONU, com soberania e recado a Trump, converteu projeção externa em crédito interno de bem comum ou se morreu como evento. Pelo movimento diário, a emoção dominante do período foi esperança em quase todos os dias, com picos de orgulho nos dias 22 e 23, e o apoio oscilou entre 57% e 78% — a narrativa se sustentou, mas o que a sustentou foi a entrega, não a prestação de contas. Lula ganha a eleição no terreno do bem comum; perde terreno quando o debate migra para a régua da transparência, que é a régua em que a oposição o quer.

As fundações morais confirmam. No recorte geral, o cuidado aparece no polo virtuoso em 80% dos textos; a lealdade no polo virtuoso em 88%; a santidade no polo do vício em 85%; a liberdade no polo virtuoso em 55% e no polo da opressão em 41%. Mas quando se separa por posicionamento, a diferença é brutal: quem apoia aciona o cuidado virtuoso em 88% e a liberdade virtuosa em 76%; quem se opõe aciona o dano em 90% e a opressão em 96%. A oposição não fala de cuidado, fala de dano. Não fala de liberdade, fala de opressão. É a moral da vítima contra a moral do protetor.



O gráfico mede o que a Teoria das Fundações Morais (MFT, o repertório de fundações morais que o texto aciona, cada uma com um polo virtuoso e um polo de violação) revela sobre o tom dos textos que citam Lula: na barra dos textos positivos, 99,2% do engajamento vem de publicações que acionam o cuidado no polo virtuoso, e apenas 0,8% do polo do dano; na barra dos negativos, 84,1% do engajamento se ancora no cuidado virtuoso e 15,9% no dano.

Ou por outra: a mesma fundação sustenta os dois lados, e é isso que o gráfico escancara. O cuidado responde por 95,7% do engajamento positivo e por 96,3% do negativo — a diferença entre apoiar e atacar Lula não está na fundação acionada, mas em quem é apresentado como a vítima a proteger.

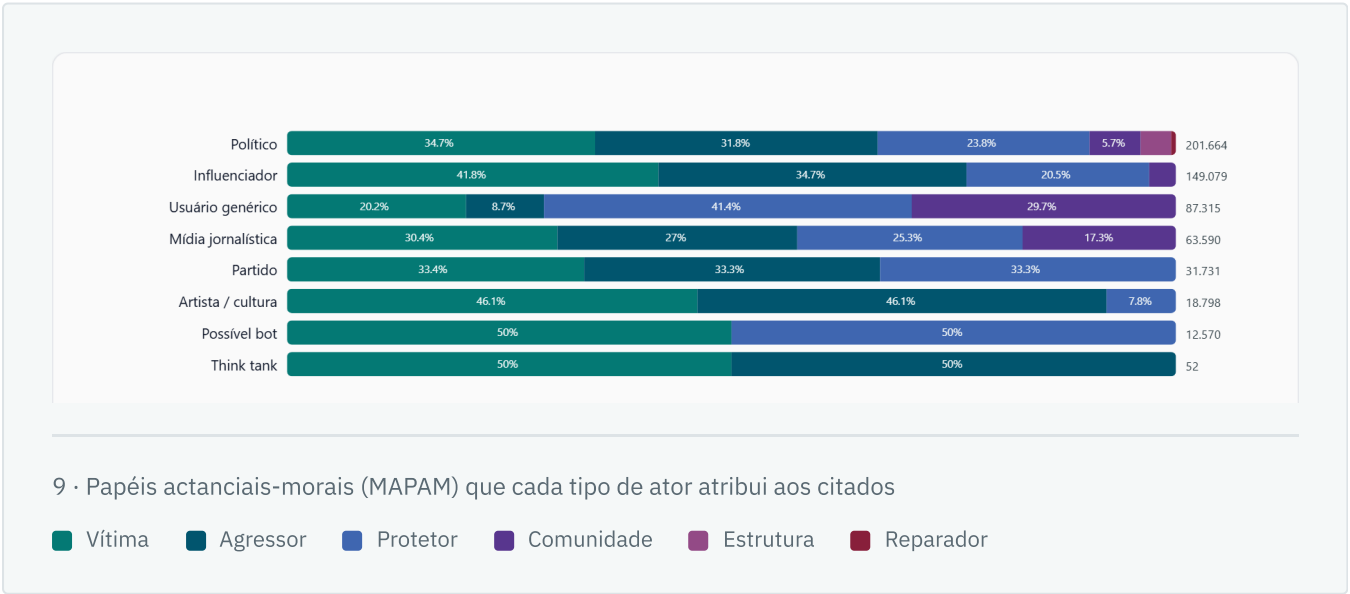
Quem o apoia o enquadra como o protetor que entrega (o "Decreto dos Fãs", o Bolsa Família, a transposição do São Francisco); quem o ataca o enquadra como o agressor de quem o povo precisa se defender, como no post mais viral da oposição no período, que descreve apoiadores "atacados por um criminoso" e mobiliza a fundação do cuidado pelo avesso. O cuidado é a fundação mais acionada do recorte (83% no polo virtuoso), e o gráfico mostra que ela é o campo de batalha, não a vantagem de um lado.

Vale dizer o que isso significa para a semana de 17 a 23 de setembro: a moral do cuidado é o combustível afetivo da eleição, e quem conseguir fixar a imagem de vítima vence a disputa narrativa. O discurso de Lula na ONU, em 22 de setembro, tentou deslocar o cuidado para a soberania — "o Brasil não cabe no quintal de ninguém" —, e o dia registrou 58% de apoio contra 6% de oposição, com orgulho como emoção dominante; mas em 23 de setembro o apoio caiu para 25% e a oposição subiu para 50%, sinal de que o eco não se sustentou.

A projeção externa não virou crédito interno porque não tocou a fundação que move o eleitor: a entrega material, o cuidado concreto que o "pacote de bondades" e o Bolsa Família tentam encarnar. O gráfico, em suma, diz que Lula não perde por falta de moral — perde se a oposição conseguir transformar o cuidado em acusação, e ganha se conseguir transformar a entrega em proteção.

PAPÉIS E ATRIBUTOS: QUEM É VÍTIMA, QUEM É AGRESSOR

O MAPAM, o Modelo de Análise de Papéis Actancial-Morais, que identifica quem sofre, quem causa, quem protege e quem repara numa situação de dano, mostra um equilíbrio tenso. No recorte geral, vítima responde por 29% dos papéis atribuídos, agressor por 28%, protetor por 28% e comunidade por 13%. É um triângulo quase perfeito — e isso é ruim para Lula, porque significa que ele não é consistentemente o protetor nem consistentemente a vítima. Ele é os dois, dependendo de quem fala.



O gráfico mede o que cada tipo de ator que publica faz com Lula quando o cita: que papel actancial-moral — vítima, agressor, protetor, reparador, comunidade ou estrutura, conforme o Modelo de Análise de Papéis Actancial-Morais (MAPAM), que registra o lugar que o autor atribui a quem é citado — ele escala para o presidente. E o que ele mostra é uma disputa de roteiro: entre os políticos que falam de Lula, a vítima responde por 38% do engajamento da barra e o agressor por 35% — quase o mesmo peso para o presidente sofrer e para o presidente atacar.

Não há leitura mais eloquente do impasse: o campo que deveria protegê-lo o coloca, com a mesma intensidade, nos dois polos do drama moral.

Já o protetor, o papel de quem ampara, fica com 20% entre os políticos, e a comunidade, o coletivo afetado, com 6%. Quem escala Lula como vítima são os aliados — o comício atacado em São José do Rio Preto, o "atacados por um criminoso" de Leonel Guterres Radde, que sozinho puxou 126.737 interações no dia 11 — e quem o escala como agressor é a oposição, que responde por 63% de indignação e 27% de enquadramento de corrupção moral contra 30% de "prova material entregue" no campo do apoio.

Entre os influenciadores, o padrão se repete com uma diferença que importa: a vítima fica com 46% da barra e o agressor com 42%, e o protetor cai para 10%. Ou seja, quem não é político e não tem mandato narra Lula sobretudo como alguém atingido ou como alguém que atinge — quase nunca como quem protege. A mídia jornalística, por sua vez, distribui o papel de agressor (43% da barra) e de vítima (42%) em partes quase idênticas, com o protetor em 11% e o reparador em 2%: o noticiário acompanhado trata o presidente como personagem de conflito, não como solução.

É aí que este gráfico encontra o flanco doméstico do painel. Na semana de 17 a 23 de setembro, o discurso na Assembleia Geral da ONU entrou como enquadramento de soberania e conflito nacional contra global, mas o crédito interno se decide em "prova material entregue" — e o papel de protetor, que é o que converte projeção externa em voto, responde por apenas 20% entre os políticos e 10% entre os influenciadores.

Lula é escalado para sofrer e para agredir; quase nunca para proteger. Enquanto o roteiro dominante o mantiver nesse par, a vantagem que ele constrói fora do país não encontra, dentro dele, quem a receba como papel de quem ampara. Vale dizer: o reparador, aquele que conserta o dano, praticamente não existe no debate sobre Lula — 2% na média do recorte, e entre os políticos apenas 0,3% da barra. Ninguém o escala para consertar nada, nem os aliados.

É uma lacuna que custa caro num pleito em que o governo tem entrega para apresentar: o Bolsa Família reajustado, o Decreto dos Fãs, a restrição às bets, a transposição do São Francisco. Tudo isso aparece no contexto como "prova material entregue", mas o gráfico revela que esse material não se converte em papel actancial — quem entrega não é lido como reparador, é lido como vítima ou como agressor.

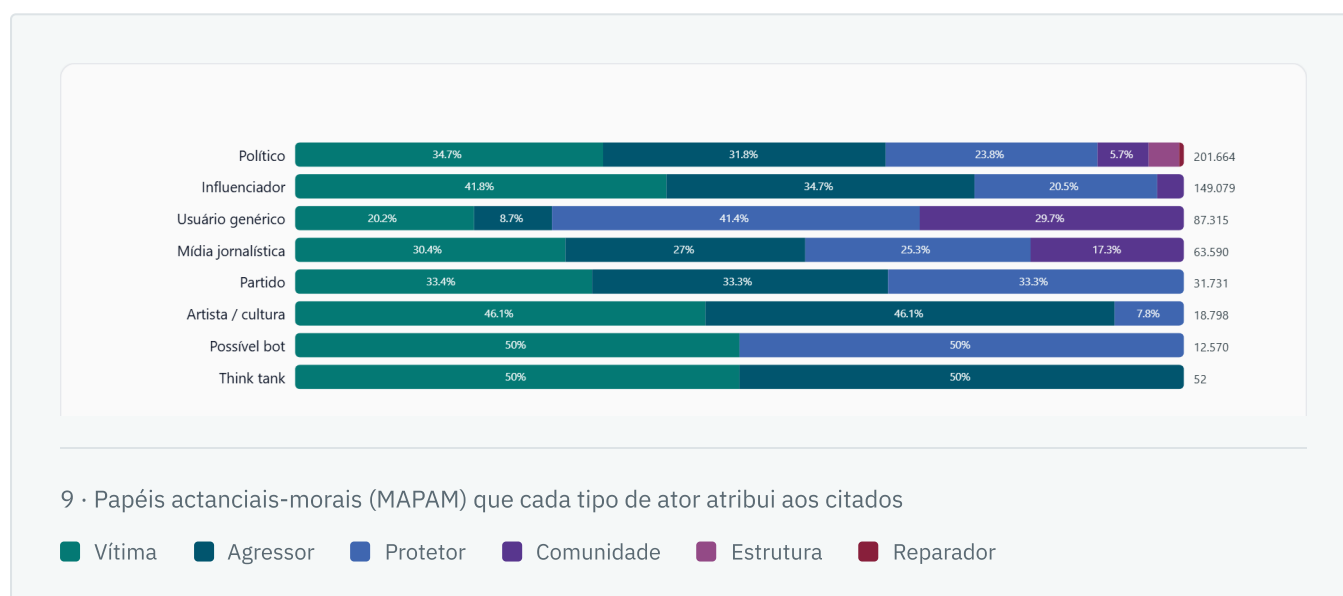
E há um dado que fecha o argumento com precisão cirúrgica: a estrutura, o papel que nomeia o sistema que reproduz o dano, responde por 0,5% entre os políticos e 0,1% entre os influenciadores. Ninguém no debate sobre Lula aponta para estruturas. Todos apontam para pessoas — 85% das causalidades são diretas, atribuídas a um agente nomeado. Isso significa que a disputa se trava no terreno do indivíduo, e nesse terreno Lula é, ao mesmo tempo, o que sofre e o que agride, dependendo de quem fala.

A oposição o fixa como agressor com 27% de corrupção moral e 63% de indignação; os aliados o fixam como vítima com 93% de cuidado virtuoso e 46% de esperança. São dois Lulas incompatíveis, e nenhum dos dois é o Lula que protege.

O que este gráfico sugere, portanto, é que a vulnerabilidade de Lula como candidato não está em ser atacado — está em não ser escalado para proteger. O protetor é o papel que legitima o poder, que justifica o voto, que transforma entrega em reconhecimento. E ele responde por 22% do engajamento total do recorte, com apenas 20% entre os políticos e 10% entre os influenciadores.

Enquanto o campo aliado insistir em narrá-lo como vítima de ataques — o que funciona para mobilizar a base, como os 126.737 de Leonel Guterres Radde provam — e a oposição insistir em narrá-lo como agressor, o papel que decide eleição fica vago. E papel vago, em disputa acirrada, quem ocupa é o adversário.

O cruzamento por tipo de ator revela o roteiro de cada campo. O político que cita Lula atribui a ele vítima em 38,1% dos casos e agressor em 35,3% — e protetor em 19,7%. O influenciador atribui vítima em 46,1% e agressor em 41,9%. A mídia jornalística atribui agressor em 42,9% e vítima em 42,4%. Ou seja: o mesmo Lula é vítima para quem o apoia e agressor para quem o ataca, e a mídia oscila entre os dois. Não há um papel consolidado. E um candidato sem papel consolidado é um candidato que não controla a própria narrativa.



O gráfico mede o que cada tipo de ator que publica faz com Lula quando o cita: que papel actancial-moral — vítima, agressor, protetor, reparador, comunidade ou estrutura, conforme o Modelo de Análise de Papéis Actancial-Morais (MAPAM), que registra o lugar que o autor atribui a quem é citado — ele escala para o presidente. E o que ele mostra é uma disputa de roteiro: entre os políticos que falam de Lula, a vítima responde por 38% do engajamento da barra e o agressor por 35% — quase o mesmo peso para o presidente sofrer e para o presidente atacar.

Não há leitura mais eloquente do impasse: o campo que deveria protegê-lo o coloca, com a mesma intensidade, nos dois polos do drama moral.

Já o protetor, o papel de quem ampara, fica com 20% entre os políticos, e a comunidade, o coletivo afetado, com 6%. Quem escala Lula como vítima são os aliados — o comício atacado em São José do Rio Preto, o "atacados por um criminoso" de Leonel Guterres Radde, que sozinho puxou 126.737 interações no dia 11 — e quem o escala como agressor é a oposição, que responde por 63% de indignação e 27% de enquadramento de corrupção moral contra 30% de "prova material entregue" no campo do apoio.

Entre os influenciadores, o padrão se repete com uma diferença que importa: a vítima fica com 46% da barra e o agressor com 42%, e o protetor cai para 10%. Ou seja, quem não é político e não tem mandato narra Lula sobretudo como alguém atingido ou como alguém que atinge — quase nunca como quem protege. A mídia jornalística, por sua vez, distribui o papel de agressor (43% da barra) e de vítima (42%) em partes quase idênticas, com o protetor em 11% e o reparador em 2%: o noticiário acompanhado trata o presidente como personagem de conflito, não como solução.

É aí que este gráfico encontra o flanco doméstico do painel. Na semana de 17 a 23 de setembro, o discurso na Assembleia Geral da ONU entrou como enquadramento de soberania e conflito nacional contra global, mas o crédito interno se decide em "prova material entregue" — e o papel de protetor, que é o que converte projeção externa em voto, responde por apenas 20% entre os políticos e 10% entre os influenciadores.

Lula é escalado para sofrer e para agredir; quase nunca para proteger. Enquanto o roteiro dominante o mantiver nesse par, a vantagem que ele constrói fora do país não encontra, dentro dele, quem a receba como papel de quem ampara. Vale dizer: o reparador, aquele que conserta o dano, praticamente não existe no debate sobre Lula — 2% na média do recorte, e entre os políticos apenas 0,3% da barra. Ninguém o escala para consertar nada, nem os aliados.

É uma lacuna que custa caro num pleito em que o governo tem entrega para apresentar: o Bolsa Família reajustado, o Decreto dos Fãs, a restrição às bets, a transposição do São Francisco. Tudo isso aparece no contexto como "prova material entregue", mas o gráfico revela que esse material não se converte em papel actancial — quem entrega não é lido como reparador, é lido como vítima ou como agressor.

E há um dado que fecha o argumento com precisão cirúrgica: a estrutura, o papel que nomeia o sistema que reproduz o dano, responde por 0,5% entre os políticos e 0,1% entre os influenciadores. Ninguém no debate sobre Lula aponta para estruturas. Todos apontam para pessoas — 85% das causalidades são diretas, atribuídas a um agente nomeado. Isso significa que a disputa se trava no terreno do indivíduo, e nesse terreno Lula é, ao mesmo tempo, o que sofre e o que agride, dependendo de quem fala.

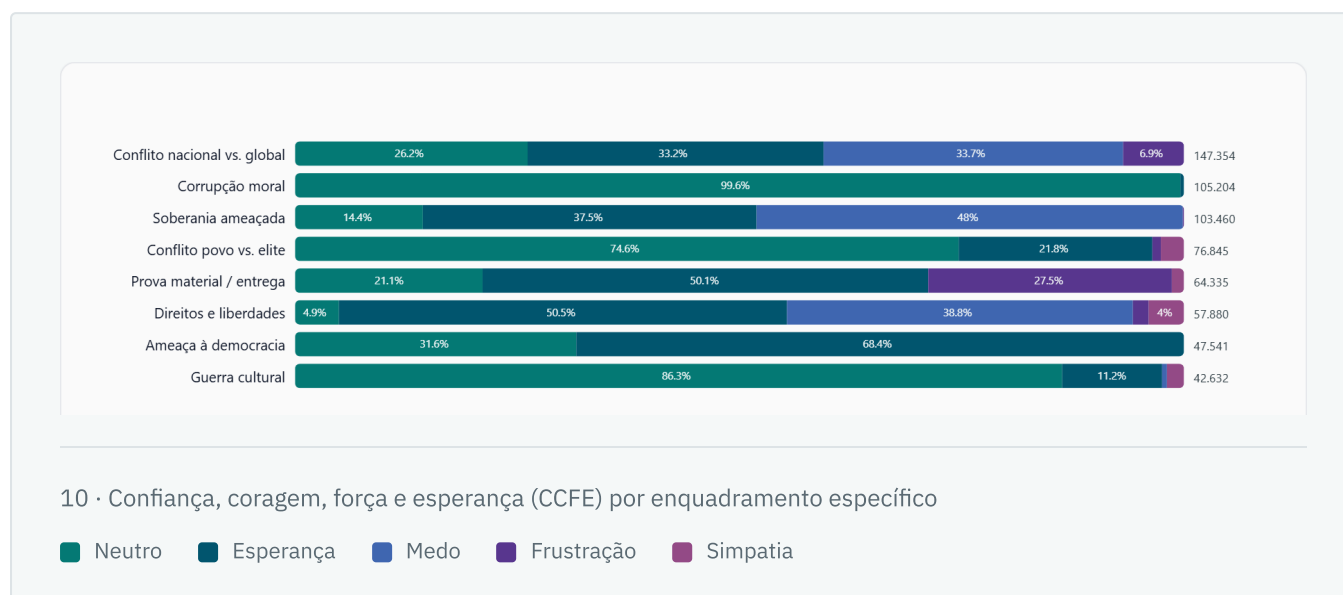
A oposição o fixa como agressor com 27% de corrupção moral e 63% de indignação; os aliados o fixam como vítima com 93% de cuidado virtuoso e 46% de esperança. São dois Lulas incompatíveis, e nenhum dos dois é o Lula que protege.

O que este gráfico sugere, portanto, é que a vulnerabilidade de Lula como candidato não está em ser atacado — está em não ser escalado para proteger. O protetor é o papel que legitima o poder, que justifica o voto, que transforma entrega em reconhecimento. E ele responde por 22% do engajamento total do recorte, com apenas 20% entre os políticos e 10% entre os influenciadores.

Enquanto o campo aliado insistir em narrá-lo como vítima de ataques — o que funciona para mobilizar a base, como os 126.737 de Leonel Guterres Radde provam — e a oposição insistir em narrá-lo como agressor, o papel que decide eleição fica vago. E papel vago, em disputa acirrada, quem ocupa é o adversário.

O CCFE, o modelo que mede confiança, coragem e força atribuídas a um ator e resume o estado em esperança, medo ou frustração, mostra que o estado dominante nos textos que citam Lula é neutro (39%), seguido de esperança (31%) e frustração (18%). A esperança aparece sobretudo em enquadramentos de prova material de entrega (20,6%) e direitos e liberdades (16,8%). A frustração aparece em prova material

de entrega (62,5% dos textos de frustração) — e aqui está o dado mais perigoso para o governo: a mesma pauta que gera esperança também gera frustração, dependendo de quem a aciona. A entrega é uma faca de dois gumes.



O CCFE, o modelo que mede de -3 a +3 a confiança, a coragem e a força que o texto atribui a um ator — e cujo estado vira esperança quando os três são positivos —, mostra que, entre 17 e 23 de setembro, o enquadramento de Lula na ONU não produziu o que a campanha precisava: esperança duradoura. O que produziu foi neutro.

O quadro é claro. Corrupção moral responde por 16% de todo o engajamento do recorte e, dentro dela, 86,8% é neutro — não é esperança, não é medo, é o registro do noticiário. Guerra cultural, 8,9%, com 78,3% de neutro. Conflito povo contra elite, 8,1%, com 58,9% de neutro. Ameaça à democracia, 5,4%, com 77,5% de neutro. Defesa da ordem, 5,2%, com 80,9% de neutro.

Incompetência estatal, 4,7%, com 86,5% de neutro. Ou por outra: os enquadramentos que mais circulam não constroem liderança nem a dissolvem — apenas a descrevem. E o neutro, no CCFE, é o estado de quem não é nem confiável nem temível: é o estado de quem não está em disputa.

A esperança existe, mas em faixas menores e concentrada onde a entrega é concreta. Prova material de entrega, 6,3% do engajamento, tem 53,9% de esperança — e é o único enquadramento de peso em que o polo positivo domina. Direitos e liberdades, 5,1%, com 75,5% de esperança. Conflito povo contra elite, 4,8%, com 35,2% de esperança. É a gramática do Decreto dos Fãs, do Bolsa Família reajustado, da obra entregue: quando Lula aparece entregando, o texto lhe atribui confiança, coragem e força. Quando aparece como personagem do noticiário, não lhe atribui nada.

O reverso é a frustração, e ela tem endereço. Prova material de entrega carrega 34,1% de frustração — 62,5% de todo o engajamento frustrado do gráfico. O mesmo enquadramento que gera esperança quando a entrega se confirma gera frustração quando ela é cobrada e não vem. É aí que mora a vulnerabilidade: não no ataque, mas na promessa não cumprida. E o medo, 3% do total, aparece colado à soberania ameaçada (31,4%) e ao conflito nacional contra global (33,2%) — exatamente os enquadramentos do discurso na ONU. A projeção externa, portanto, não virou crédito interno: virou apreensão.

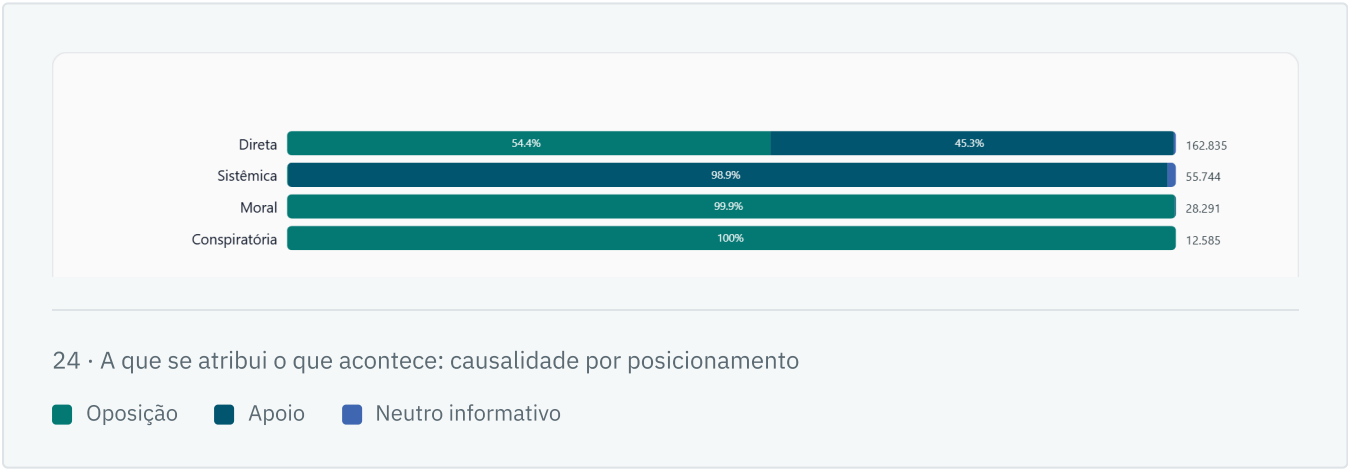
Vale dizer o que isso significa para a semana. O p íco da ONU, em 22 de setembro, foi evento — não narrativa. A soberania ameaçada e o conflito nacional contra global somam, juntos, pouco mais de 3% do engajamento do recorte, e o que produzem é medo, não esperança. Um discurso que deveria reancorar a figura de Lula no terreno em que ele é mais forte — o de quem defende o país contra a pressão de fora — terminou o dia seguinte sem eco: a energia foi gasta fora do terreno da disputa, e o flanco doméstico, que é onde a eleição se decide, ficou com o neutro.

A simpatia, por sua vez, é residual e reveladora: aparece em 40% da guerra cultural e em 18,1% do conflito povo contra elite, mas em fatias que não sustentam nada. É o afeto difuso de quem gosta sem se mobilizar — o oposto da esperança, que é o que move voto. E há um dado que fecha o diagnóstico: a frustração, que responde por 17% do estado geral, concentra-se quase inteira na cobrança de entrega. Ou seja, o eleitor não está decepcionado com o que Lula diz sobre o mundo; está decepcionado com o que ainda não recebeu em casa.

A vantagem de Lula, nesta semana, está na entrega material, onde a esperança é majoritária. A desvantagem está em tudo o mais: os enquadramentos que dominam o engajamento são neutros, e o neutro, em campanha, é o pior lugar para um candidato — não porque o ataquem, mas porque não o disputam.

CAUSALIDADE: O QUE PROTEGE E O QUE EXPÕE

A causalidade é o terreno decisivo desta eleição, e os números são implacáveis. No recorte geral, 83% das causalidades atribuídas são diretas — ou seja, o debate culpa pessoas, não estruturas. A causa sistêmica responde por apenas 13%. Isso é péssimo para um incumbente, porque causa direta expõe o governante, enquanto causa sistêmica o protege.



A causalidade que sustenta Lula é a que o expõe: quem o apoia atribui o que acontece à ação direta, não à estrutura.

O gráfico cruza a que se atribui o que acontece com o posicionamento de quem publica, medido por engajamento, entre os textos que citam Lula na semana de 17 a 23 de setembro. Causalidade direta é a atribuição da causa a um agente nomeado — pessoa ou governo —, e causalidade sistêmica é a atribuição a estruturas, instituições ou processos impessoais. Pois bem: a causa direta responde por 49% do engajamento total do recorte, e dentro dela a oposição concentra 57,1% contra 38,6% do apoio.

Ou seja, o diagnóstico que personaliza a responsabilidade é majoritariamente oposicionista. E há mais: 83,8% de todo o engajamento da oposição se dá na causalidade direta, contra 4,7% na sistêmica e 6,8% na moral. Quem se opõe a Lula não diz que o problema é o Brasil; diz que o problema é ele.

Do outro lado, a assimetria é reveladora. O apoio também é majoritariamente direto — 87,8% do engajamento de quem apoia está na causalidade direta —, mas o que ele credita é entrega, não dano: prova material de entrega responde por 26% dos enquadramentos específicos do recorte, oportunidade econômica por 16%, e o bem comum por 51% dos valores republicanos mobilizados. A causa sistêmica, que protegeria o governante ao diluir a responsabilidade no estrutural, responde por apenas 4,3% do engajamento total, e nela o apoio tem 59% contra 37,6% da oposição.

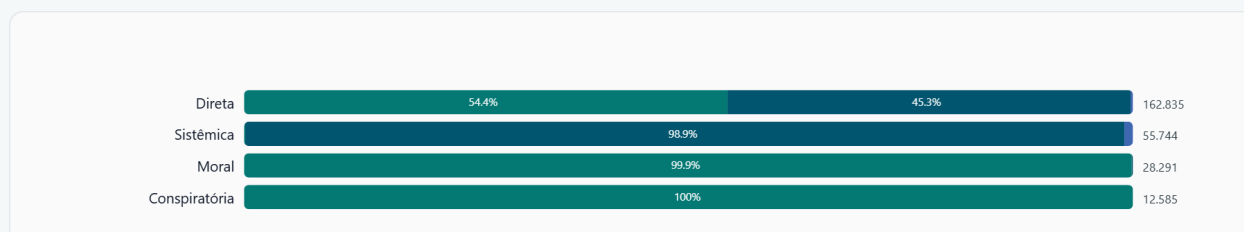
Vale dizer: a defesa de Lula quase não usa o argumento que mais o blindaria. A oposição, por sua vez, reserva a causa conspiratória — 2,8% do engajamento, integralmente oposicionista — e a moral, 93% oposicionista, para os flancos mais duros do ataque.

O que isso significa para a semana em disputa? Que o terreno causal está ocupado pela oposição no registro que mais desgasta um incumbente. A fundação moral do cuidado aparece no polo virtuoso em 83% do recorte, e a lealdade no polo virtuoso em 87% — o eleitorado que circula em torno de Lula responde a cuidado e lealdade, não a medo. Mas a oposição fala em indignação (63% das emoções de quem se opõe), desprezo (23%) e corrupção moral (27% dos enquadramentos específicos oposicionistas). O apoio fala em esperança (46%) e orgulho (37%). São gramáticas que não se cruzam: uma pede reparação, a outra pede continuidade.

A leitura política é esta: enquanto a projeção externa da ONU não vira crédito interno, a oposição segue cobrando a fatura no balcão doméstico, e a fatura é pessoal. O silêncio de Flávio Bolsonaro e de Nikolas Ferreira no recorte não é ausência de disputa: é a oposição deixando que a causalidade direta fale por si, sem precisar assinar. Quem poderia deslocar o diagnóstico para o estrutural — o próprio governo, seus ministros, a militância — prefere a entrega como prova, e a entrega é argumento de quem já governa, não de quem precisa conter o desgaste.

A vantagem de Lula está na mobilização afetiva que o cerca; a desvantagem está em que a única causalidade que o protege é a que quase ninguém usa.

A diferença entre os polos é ainda mais reveladora. Quem apoia Lula atribui causa direta em 82% dos casos e sistêmica em 17%; quem se opõe atribui causa direta em 85%, moral em 6% e conspiratória em 1%. Ou seja: os dois lados personalizam. Não há um campo disposto a dizer que o problema é estrutural. E quando ninguém fala de estrutura, o debate vira julgamento de pessoas — e julgamento de pessoas, num ano eleitoral, é julgamento do presidente.



24 · A que se atribui o que acontece: causalidade por posicionamento

■ Oposição ■ Apoio ■ Neutro informativo

A causalidade que sustenta Lula é a que o expõe: quem o apoia atribui o que acontece à ação direta, não à estrutura.

O gráfico cruza a que se atribui o que acontece com o posicionamento de quem publica, medido por engajamento, entre os textos que citam Lula na semana de 17 a 23 de setembro. Causalidade direta é a atribuição da causa a um agente nomeado — pessoa ou governo —, e causalidade sistêmica é a atribuição a estruturas, instituições ou processos impessoais. Pois bem: a causa direta responde por 49% do engajamento total do recorte, e dentro dela a oposição concentra 57,1% contra 38,6% do apoio.

Ou seja, o diagnóstico que personaliza a responsabilidade é majoritariamente oposicionista. E há mais: 83,8% de todo o engajamento da oposição se dá na causalidade direta, contra 4,7% na sistêmica e 6,8% na moral. Quem se opõe a Lula não diz que o problema é o Brasil; diz que o problema é ele.

Do outro lado, a assimetria é reveladora. O apoio também é majoritariamente direto — 87,8% do engajamento de quem apoia está na causalidade direta —, mas o que ele credita é entrega, não dano: prova material de entrega responde por 26% dos enquadramentos específicos do recorte, oportunidade econômica por 16%, e o bem comum por 51% dos valores republicanos mobilizados. A causa sistêmica, que protegeria o governante ao diluir a responsabilidade no estrutural, responde por apenas 4,3% do engajamento total, e nela o apoio tem 59% contra 37,6% da oposição.

Vale dizer: a defesa de Lula quase não usa o argumento que mais o blindaria. A oposição, por sua vez, reserva a causa conspiratória — 2,8% do engajamento, integralmente oposicionista — e a moral, 93% oposicionista, para os flancos mais duros do ataque.

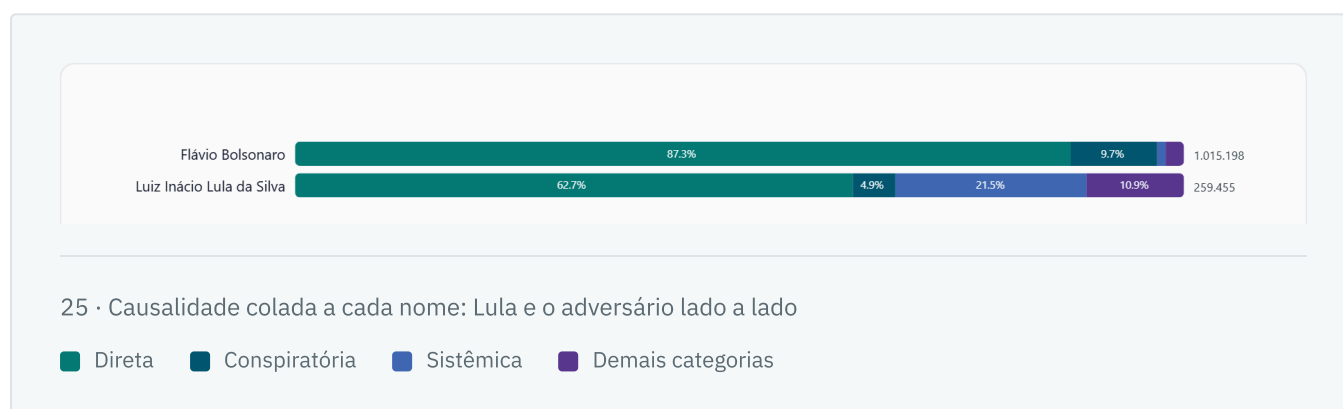
O que isso significa para a semana em disputa? Que o terreno causal está ocupado pela oposição no registro que mais desgasta um incumbente. A fundação moral do cuidado aparece no polo virtuoso em 83% do recorte, e a lealdade no polo virtuoso em 87% — o eleitorado que circula em torno de Lula responde a cuidado e lealdade, não a medo. Mas a oposição fala em indignação (63% das emoções de quem se opõe), desprezo (23%) e corrupção moral (27% dos enquadramentos específicos oposicionistas). O apoio fala em esperança (46%) e orgulho (37%). São gramáticas que não se cruzam: uma pede reparação, a outra pede continuidade.

A leitura política é esta: enquanto a projeção externa da ONU não vira crédito interno, a oposição segue cobrando a fatura no balcão doméstico, e a fatura é pessoal. O silêncio de Flávio Bolsonaro e de Nikolas Ferreira no recorte não é ausência de disputa: é a oposição deixando que a causalidade direta fale por si, sem

precisar assinar. Quem poderia deslocar o diagnóstico para o estrutural — o próprio governo, seus ministros, a militância — prefere a entrega como prova, e a entrega é argumento de quem já governa, não de quem precisa conter o desgaste.

A vantagem de Lula está na mobilização afetiva que o cerca; a desvantagem está em que a única causalidade que o protege é a que quase ninguém usa.

O cruzamento por nome citado confirma. Flávio Bolsonaro carrega causa direta em 82,3% dos textos que o citam, conspiratória em 8,3% e moral em 7,9%. Lula carrega causa direta em 84,3%, sistêmica em 6,9%, moral em 4,6% e conspiratória em 4,2%. A diferença é pequena, mas o volume é assimétrico: Flávio concentra 68,9% do engajamento total em causa direta, contra 13,7% de Lula. O adversário é mais cobrado, mas a cobrança a Lula é mais difusa — e difusa é pior, porque não se responde a uma acusação que não tem endereço.



O gráfico mede uma coisa só, e mede com precisão cirúrgica: quando o debate brasileiro cita Lula e Flávio Bolsonaro lado a lado, a que cada um se atribui a causa do problema. A causalidade é a imputação de responsabilidade que o autor faz no texto — quem causou o quê. E o que os números mostram é uma assimetria escancarada. Entre as citações de Flávio Bolsonaro, 82,3% do engajamento se concentra em causalidade direta: o problema é ele, é a sua ação, a sua pessoa, o seu ato.

Entre as citações de Lula, a causalidade direta responde por 84,1% — mas com uma diferença crucial de volume: Flávio concentra 69,1% de todo o engajamento do recorte, contra 13,5% de Lula. Ou seja: o adversário não apenas é mais citado, como é citado sobretudo para ser apontado como a causa direta do que há de errado. A ele se imputa o ato; a Lula, quando se imputa algo, imputa-se com menos força e menos alcance.

A segunda camada é a que revela o flanco. A causalidade conspiratória — a atribuição de causa a uma articulação oculta, a um conluio nos bastidores — responde por 8,3% das citações de Flávio e por 4,3% das de Lula. A causalidade moral — o problema é o caráter, a índole, a degradação do sujeito — pesa 7,9% em Flávio e 4,6% em Lula. E a causalidade sistêmica — o problema é a estrutura, o arranjo institucional, algo que transcende o indivíduo — responde por apenas 1,5% em Flávio e 7,0% em Lula.

A leitura é direta: Flávio é tratado como causa pessoal, conspiratória e moral do que se denuncia; Lula, quando é tratado como causa, é tratado como causa sistêmica, estrutural, difusa. Quem quer que Lula seja o problema tem de argumentar contra uma estrutura; quem quer que Flávio seja o problema aponta o dedo

e diz: foi ele.

Isso importa porque a causalidade direta é a mais mobilizadora. Ela não pede análise, pede reação. E o engajamento confirma: os 69,1% de Flávio contra 13,5% de Lula não são só volume — são a prova de que a imputação direta a Flávio é o que faz o debate rodar. A oposição a Flávio, que domina as citações dele, encontra na causalidade direta o seu combustível; a oposição a Lula, quando aparece, encontra na causalidade sistêmica um argumento mais frio, mais difícil de converter em indignação.

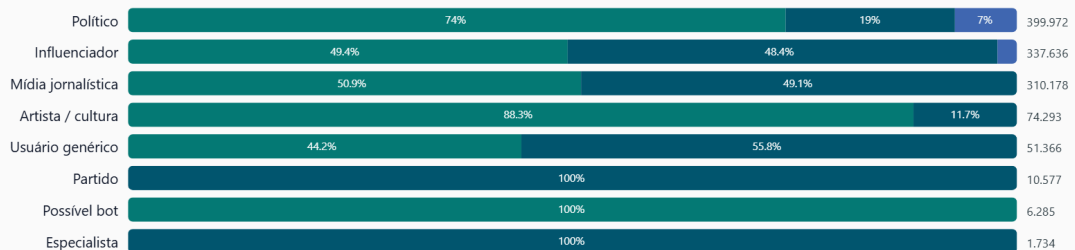
O flanco de Lula não é ser menos citado — é ser citado sobretudo sob a forma de uma acusação que exige paciência argumentativa, enquanto o adversário é acusado de um ato que dispensa explicação. A assimetria é mensurável e é esta: a Flávio se cobra responsabilidade direta; de Lula se fala em termos sistêmicos — e o sistema, no debate público, não vota, não se defende e não se indigna.

Vale dizer o que isso sugere para a semana em curso. O gráfico cobre todo o histórico, mas a tendência recente o confirma: no dia 16, Lula diz que Flávio tem raiva de Moraes porque o ministro mandou prender o pai dele — imputação direta, pessoal, e o dia fecha com 41% de oposição; no dia 21, as mensagens que ligam Flávio a Vercaro voltam a puxar a causalidade direta, e o dia registra 39% de apoio contra 29% de oposição, com o adversário ainda concentrando o engajamento.

A cada episódio, a imputação a Flávio é nominal, concreta, verificável; a imputação a Lula, quando existe, é difusa. Quem quiser ferir Lula com a força com que se fere Flávio terá de abandonar a causalidade sistêmica e apontar o ato — e é exatamente isso que a oposição ainda não fez nesta semana.

QUALIDADE DO DEBATE: UMA SEMANA DE BAIXA POLARIZAÇÃO E ALTA DESCONFIANÇA

A polarização no recorte é baixa em 73% dos textos, moderada em 26% e alta em 1%. Os tipos dominantes são ideológica (51%) e afetiva-identitária (30%). Isso sugere que o debate sobre Lula não está sendo travado no campo da guerra total, mas no campo da disputa ideológica convencional. É uma semana de temperatura controlada — o que, para um incumbente, é uma boa notícia.



14 · Polarização (grau e tipos) por tipo de ator que publica sobre o pleito

■ Baixa ■ Moderada ■ Alta

O antagonismo no debate sobre Lula não é monopólio de ninguém: ele se distribui, e o que chama atenção é que os políticos concentram a fatia mais alta de polarização alta, ainda que a maior parte do que todos publicam permaneça em registro baixo.

O gráfico cruza quem publica com o grau de polarização — baixa, moderada ou alta —, medido pelo engajamento que cada combinação acumula. Entre os políticos, 58,3% do engajamento que produzem fica em polarização baixa, 22,9% em moderada e 18,8% em alta; entre os influenciadores, 62,1% em baixa, 29,9% em moderada e 8% em alta; na mídia jornalística, 72,4% em baixa, 27,5% em moderada e 0,1% em alta.

Ou seja: a mídia é o ator menos polarizador, o influenciador fica no meio e o político é quem mais empurra o debate para o grau alto — quase um quinto do seu engajamento. Vale dizer: quando o político fala de Lula, ele é o único cujo antagonismo pesa de verdade.

Isso dialoga com o perfil do recorte: 72% de polarização baixa, 25% moderada e 2% alta, com os tipos ideológico (45%), afetiva-identitária (29%) e institucional (26%) dividindo a carga. O político é o ator que mais ativa o tipo afetivo-identitário — o "nós contra eles" —, enquanto a mídia opera no registro informativo. Para a tese do painel, o dado sugere que a vulnerabilidade de Lula não vem de um cerco polarizado generalizado, mas de bolsões: o antagonismo alto é minoritário e está concentrado em quem tem mandato e palanque, não em quem apenas noticia.

Mas a vulnerabilidade democrática é baixa em 85% dos textos, média em 13% e alta em 2%. E a confiança institucional é seletiva em 69% dos casos e desconfiança em 30%. Ou seja: o debate não está questionando a democracia, mas está desconfiando das instituições. E desconfiança institucional, num ano eleitoral, é combustível para o discurso antipolítica — que, nesta semana, ainda não decolou.



A pergunta deste gráfico é direta: quando Lula é citado, em que terreno do debate público o texto se move? E a resposta, medida em exposição, é que quase metade de tudo o que se engaja sobre ele não é sobre política, Estado, democracia ou eleições — é sobre o resto. O bloco que agrupa os assuntos residuais responde por 48,8% das interações do recorte, contra 21,7% do eixo político-institucional e 12,9% do econômico.

Vale dizer: o que move o engajamento em torno do nome de Lula é, em larga medida, o que não é a disputa pelo poder em si — o futebol, as bets, o decreto dos fãs, o show, o hospital, o comício.

E é justamente aí que a leitura sobre normas democráticas em disputa se torna interessante, porque o gráfico mostra que a gramática institucional é minoritária na exposição, ainda que seja majoritária na cobertura jornalística.

O segundo dado que salta é a assimetria entre o que a imprensa produz e o que o público engaja. O eixo político-institucional concentra 21,7% das interações, mas é nele que estão as manchetes que dominam a semana — a crise no Supremo Tribunal Federal, o caso Master, a sabatina, o pronunciamento de 7 de Setembro, a ONU. A cobertura jornalística insiste na gramática da democracia em disputa; o engajamento, não. O eixo econômico, com 12,9%, carrega o "pacote de bondades", o Bolsa Família, a taxa das blusinhas, os data centers — a entrega material como linguagem de campanha.

E os temas de direitos, raça, clima, gênero, segurança e saúde somados não chegam a 10% das interações. Ou por outra: a vulnerabilidade democrática, quando Lula é o tema, não é o que o público consome em massa. O que ele consome é a vida acontecendo — e a vida, no recorte, é majoritariamente positiva para o candidato.

Isso não significa que as normas democráticas não estejam em disputa. Significa que a disputa se dá em outro registro: não no volume do engajamento, mas na qualidade do que se diz quando o assunto é institucional. O perfil dos frameworks do recorte mostra que a vulnerabilidade democrática é baixa em 83% dos textos, média em 15% e alta em apenas 2% — e que a polarização é baixa em 72%, com a polarização ideológica respondendo por 45% dos casos em que ela aparece.

A fundação moral do cuidado aparece no polo virtuoso em 83% dos textos, a lealdade no polo virtuoso em 87%, a liberdade no polo virtuoso em 76%.

O vício que mais aparece é a degradação, no polo negativo em 79% — e a autoridade aparece no polo negativo em 53%, ou seja, a subversão da autor institucional é o vício mais acionado quando se fala de Lula. Traduzindo: o debate em torno dele não é um debate sobre ruptura democrática — é um debate sobre quem respeita e quem subverte a ordem, e nesse eixo a disputa é quase empate.

O que o gráfico revela, portanto, é uma vantagem estrutural de Lula no terreno da exposição: o nome dele é consumido sobretudo fora da gramática do conflito institucional, e quando entra nessa gramática, entra mais como entrega e como defesa da ordem do que como ameaça a ela. A desvantagem está no flanco oposto: o eixo político-institucional é onde se concentram as manchetes negativas, a crise no Supremo, o caso Master, a Lava Jato — e é exatamente esse eixo que responde por 21,7% das interações, um quinto do total. Não é pouco.

É o suficiente para sustentar uma narrativa de oposição que, embora minoritária em volume, tem onde se ancorar. A pergunta que o painel faz — o que combina e o que não combina entre o que Lula evoca e no que o público engaja — tem aqui uma resposta clara: combina a entrega, o concreto, o popular; não combina a defesa institucional, que é necessária para a campanha mas não é o que o público amplifica. E é nesse descompasso que mora a vulnerabilidade real, menos democrática do que comunicacional.

A exigência de prova é moderada em 58% dos textos, baixa em 33% e alta em 9%. Isso significa que o debate está mais baseado em afirmação do que em evidência. E num debate de afirmação, quem grita mais alto leva vantagem — o que favorece a oposição, que tem a indignação como motor.



O QUE O ENGAJAMENTO EM TORNO DE LULA DIZ SOBRE A VISÃO DE MUNDO QUE O SUSTENTA

A pergunta que este gráfico responde é direta: quando o debate sobre Lula mobiliza engajamento, que visão de mundo está por trás dele? A resposta é inequívoca. O quadrante cultural de Kahan, que mede a visão de mundo em dois eixos — hierarquia contra igualdade e individualismo contra comunitarismo —, mostra que 79% do engajamento nos textos que citam Lula se concentra no igualitarismo comunitarista. É uma concentração esmagadora.

O hierárquico comunitarista responde por 19%, e as duas casas individualistas somadas não chegam a 1%. Traduzido: o público que se engaja com o nome de Lula não está apenas de acordo com ele — está alinhado a uma gramática moral que vê a sociedade como coletivo solidário e a desigualdade como problema a ser corrigido. É esse o combustível da mobilização.

A distribuição por assunto reforça a leitura. Quase metade do engajamento (48,8%) vem de temas que não se encaixam nas categorias temáticas do painel, mas o maior bloco nomeado é Política, Estado, democracia e eleições, com 21,7%, seguido de Economia, consumo, trabalho e renda, com 12,9%. Não é por acaso: o igualitarismo comunitarista se ativa quando a conversa é sobre o papel do Estado e sobre quem tem acesso a quê.

E os enquadramentos confirmam — 26% dos textos acionam prova material de entrega, 16% oportunidade econômica, 12% direitos e liberdades. O que engaja não é a denúncia, é a entrega. O que mobiliza não é o conflito, é a proteção.

O dado mais revelador, porém, está na assimetria entre quem fala e o que se diz. Os políticos respondem por 40% das publicações e 66% do engajamento de apoio, enquanto a mídia jornalística responde por 42% das publicações mas apenas 15% do engajamento de apoio. Ou seja: a conversa que engaja é a conversa

feita por aliados, não a conversa sobre Lula.

E o que esses aliados evocam? Esperança (46% no campo do apoio), orgulho (37%), cuidado no polo virtuoso (93% dos textos de apoio acionam o cuidado, não o dano), liberdade no polo virtuoso (91%). É uma comunicação que não pede voto contra alguém — pede adesão a um projeto.

O adversário aparece pouco, e quando aparece, é como agressor (33% dos papéis actanciais-morais atribuídos no MAPAM, o Modelo de Análise de Papéis Actancial-Morais, que identifica quem sofre, quem causa e quem protege numa situação de dano) ou como ameaça à democracia (7% dos enquadramentos específicos de oposição). A oposição, quando se manifesta, fala em corrupção moral (27%) e indignação (63%), mas é voz minoritária: 13% do posicionamento total contra 53% de apoio. O campo que sustenta Lula não está apenas ganhando a batalha do engajamento — está definindo o vocabulário em que ela é travada.

Vale dizer o que isso significa para a semana em análise. Entre 17 e 23 de setembro, o apoio oscilou entre 57% e 78% do posicionamento diário, com pico em 20 de setembro (78%) e queda abrupta no último dia (25%), quando a oposição subiu a 50% — movimento que coincide com o esfriamento geral do assunto e a volta da pauta do custo de vida.

A emoção dominante foi esperança na maioria dos dias, com orgulho em 22 de setembro e indignação em 19. O que se vê é uma narrativa que se sustenta enquanto há entrega para mostrar: o decreto dos fãs, o Bolsa Família, a transposição do São Francisco. Quando a entrega some do radar, o engajamento migra para o desgaste.

A pergunta que fica é se essa visão de mundo igualitária comunitarista é suficiente para reeleger Lula. Ela é necessária — sem ela, não há mobilização — mas não é suficiente. O gráfico mostra que o campo de Lula fala para quem já está convertido, com uma linguagem que conforta e confirma. O hierárquico comunitarista, que responde por 19% do engajamento, é o eleitor que valoriza ordem, autoridade e tradição mas ainda se dispõe a ouvir Lula — e é aí que a disputa se decide.

O discurso da ONU, com sua ênfase em soberania e conflito nacional contra global, tentou falar a essa chave. Se o eco durou mais de um dia ou morreu no dia seguinte, os gráficos 28 e 29 dirão. O que este gráfico sugere é que a base está sólida, mas a ponte para o centro ainda não foi construída.

O QUE ANDA JUNTO: A COMBINAÇÃO QUE MOVE O DEBATE

A matriz de coocorrência entre emoções e enquadramentos específicos mostra os kits afetivos que sustentam cada pauta. Esperança anda com prova material de entrega (474 ocorrências), orgulho anda com prova material de entrega (422), esperança anda com direitos e liberdades (260), esperança anda com oportunidade econômica (245). Do outro lado, indignação anda com corrupção moral (158), desprezo anda com corrupção moral (92), indignação anda com conflito povo versus elite (87). A leitura é que a pauta da entrega mobiliza esperança e orgulho; a pauta da corrupção mobiliza indignação e desprezo. São dois motores distintos, e o motor da corrupção é mais potente.

15 · O que anda junto: emoções × enquadramentos específicos nos textos sobre Lula

A matriz de co-ocorrência entre emoções e enquadramentos específicos nos textos que citam Lula, medida por engajamento acumulado, revela uma assimetria que define a semana: o afeto que mobiliza a base é o mesmo que a oposição tenta capturar, mas por caminhos opostos. Esperança e orgulho, quando cruzados com prova material de entrega e oportunidade econômica, concentram a maior fatia de interações do recorte — são os dois pares que puxam o volume. A leitura é direta: o eleitor que engaja com Lula reage a entrega concreta e a promessa de melhora material, não a confronto.

O enquadramento de prova material de entrega, que mede o quanto o texto destaca obras, benefícios e resultados tangíveis, aparece como o principal combustível afetivo da campanha quando combinado com esperança e orgulho. Oportunidade econômica, que enquadra o tema como melhora de renda, emprego ou custo de vida, vem logo atrás e reforça o mesmo eixo: a narrativa que converte é a do resultado visível, não a da ameaça.

Do outro lado, a indignação aparece quase toda colada à corrupção moral, ao conflito povo versus elite e à ameaça à democracia — enquadramentos que a oposição usa para tentar transformar Lula em objeto de repulsa. O desprezo, por sua vez, concentra-se em corrupção moral e guerra cultural, num tom de superioridade moral que busca desqualificar antes de convencer. Há, portanto, dois kits afetivos distintos operando no mesmo recorte: um que celebra entrega e outro que denuncia desvio.

	ESPERANÇA	ORGULHO	INDIGNAÇÃO	ALEGRIA	DESPREZO
Prova material / entrega	358	286	11	44	4
Oportunidade econômica	256	204	6	44	6
Corrupção moral	6	2	159		89
Conflito nacional vs. global	27	27	51	1	8
Direitos e liberdades	138	65	18	13	
Soberania ameaçada	21	25	45		4
Guerra cultural	49	29	61	5	46
Conflito povo vs. elite	48	34	87	2	34
Ameaça à democracia	31	12	51	4	12
Crise concreta	14		64		1
Espetacularização política	7	3	22	5	30
Defesa da ordem	18	4	46	2	7

O dado que interessa para a tese do painel é que o primeiro kit engaja mais do que o segundo, e o segundo não consegue deslocar o primeiro do centro da conversa. A pergunta que fica é se essa vantagem se sustenta quando o fato novo — a ONU, o caso Master, a crise no STF — entra na equação, ou se a entrega material perde tração para o escândalo.

SÍNTESE INTERPRETATIVA: A VANTAGEM QUE NÃO SE CONVERTE

A semana de 17 a 23 de setembro deixa Lula numa posição paradoxal. Ele tem a melhor proporção de tratamento positivo entre os quatro nomes mais citados, tem a narrativa de entrega mais coesa, tem o melhor dia de engajamento no discurso da ONU. Mas tem três problemas que os números escancaram. Primeiro: o apoio é reativo e episódico, sobe em dia de evento e desaparece em dia de vácuo.

Segundo: a oposição, embora menor em volume, domina as emoções de mobilização — indignação e desprezo — e é ela que pauta o tom da semana. Terceiro: a causalidade é direta em 83% dos casos, o que significa que o debate culpa pessoas, não estruturas, e num ano eleitoral isso é cobrança em cima do presidente.

	RAIVA	MEDO	TRISTEZA	SURPRESA	NOJO
Prova material / entrega			2		
Oportunidade econômica			2		
Corrupção moral	14		6	1	1
Conflito nacional vs. global	3	3			
Direitos e liberdades		3	2		
Soberania ameaçada	2	6			
Guerra cultural	16	7	1		1
Conflito povo vs. elite	5		1		
Ameaça à democracia	5	14		1	
Crise concreta	2	1	7	1	
Espetacularização política				2	
Defesa da ordem	2		1		

O terreno da entrega material, que deveria ser a fortaleza de Lula, é na verdade um campo de confirmação, não de conquista. Quem fala de Bolsa Família, de obra, de pacote, fala para quem já vota nele. A oposição não disputa esse campo — ela o ignora e vai para a corrupção moral, que é onde a indignação mora. E a indignação, como se sabe, é a emoção que move o eleitor na reta final.

O discurso na ONU foi um evento, não uma narrativa. Durou um dia, gerou orgulho, mobilizou soberania — e morreu no dia seguinte, quando o debate voltou para o STF, para o caso Master, para a briga interna do bolsonarismo. Projeção externa que não vira crédito interno é energia gasta fora do terreno da disputa. E o terreno da disputa, nesta semana, é a entrega e a causalidade — e é ali que Lula precisa converter a vantagem que tem em voto que ainda não tem.

HIPÓTESES ALTERNATIVAS

A leitura acima sustenta que a oposição domina o tom da semana apesar de menor em volume. Uma hipótese alternativa é que o apoio a Lula, embora reativo, seja mais eficaz em converter indecisos, porque a esperança é uma emoção de adesão, enquanto a indignação é uma emoção de rejeição — e rejeição mobiliza quem já rejeita, não quem está em dúvida. Se essa hipótese estiver correta, o quadro é menos sombrio para o governo do que parece.

Outra hipótese é que o pico da ONU, embora curto, tenha plantado uma semente de orgulho que só se converterá em voto mais perto da eleição. A série diária mostra que o eco morreu em um dia, mas o orgulho é uma emoção de memória longa. Se o governo conseguir reativar esse orgulho em outubro, o discurso pode ter sido mais útil do que a semana sugere.

Uma terceira hipótese é que a baixa polarização (73% dos textos) indique que o debate ainda não entrou na fase quente, e que a indignação que aparece agora é apenas o prenúncio do que virá. Se for isso, a oposição está apenas aquecendo, e o governo tem pouco tempo para consolidar a narrativa de entrega antes que o debate esquente de vez.

AGENDA DE INVESTIGAÇÃO

Para a próxima semana, três perguntas merecem acompanhamento. Primeira: o apoio a Lula volta a subir em dia de evento, ou o padrão reativo se mantém? Se o apoio só aparece quando há comício ou anúncio, o governo precisa de uma estratégia de sustentação diária, não de picos. Segunda: a pauta da corrupção moral continua dominando os dias de vácuo, ou o governo consegue impor a entrega como tema permanente? Terceira: o discurso da ONU terá eco duradouro, ou será lembrado apenas como um dia de orgulho isolado? A resposta a essas três perguntas definirá se a vantagem de Lula na semana foi um ativo ou apenas um alívio passageiro.

FICHA METODOLÓGICA E SOBRE A PLATAFORMA

SOBRE A PLATAFORMA

A Orikom, plataforma de inteligência social da IPSE Global, acompanha diariamente o debate público brasileiro sobre política, clima e democracia em redes sociais, imprensa e anúncios políticos, e lê cada publicação com um conjunto de modelos de análise do discurso. Os painéis e relatórios do Laboratório cruzam esses modelos com apoio da Ori, a inteligência analítica da plataforma.

🔍 O QUE SE MONITORA

Redes e plataformas: Instagram, TikTok, X e YouTube; a Meta Ads, com o que foi veiculado como anúncio no Instagram, no Facebook, no Threads, no Messenger, no WhatsApp e na rede de parceiros da Meta; e a imprensa — os principais portais do país, mais tudo o que sai no Google News e no Bing. A coleta é contínua, por perfil e por palavra-chave: 4.446 perfis em coleta dedicada (Instagram 1.635, TikTok 891, X 828, YouTube 679) e 531 coletas por palavra-chave, sobre uma taxonomia de 7.320 termos em 58 temas e 283 subtemas (1.467 ativos no ciclo do momento e 772 em reserva, com termos emergentes entrando a cada cinco horas). Na imprensa, cerca de 900 veículos com cobertura recorrente.

Quem: todos os candidatos nacionais e estaduais de 2026 da lista oficial do TSE; os eleitos para presidente, governador, senador e deputado; os ministros nomeados; os perfis institucionais de órgãos públicos; influenciadores; e as mídias tradicionais e alternativas — 14.910 candidatos de 2026 da lista oficial do TSE, com 32.693 perfis declarados nas redes, entram tanto na coleta quanto na classificação. Quem fala e quem é citado são reconhecidos por um cadastro de 36.536 entidades: 19.994 candidatos e políticos (TSE), 2.939 pessoas, instituições e veículos do debate, e 13.603 entidades vindas do Wikidata (5.649 órgãos públicos, 5.602 lugares com código IBGE e 2.352 vozes digitais com ocupação e redes).

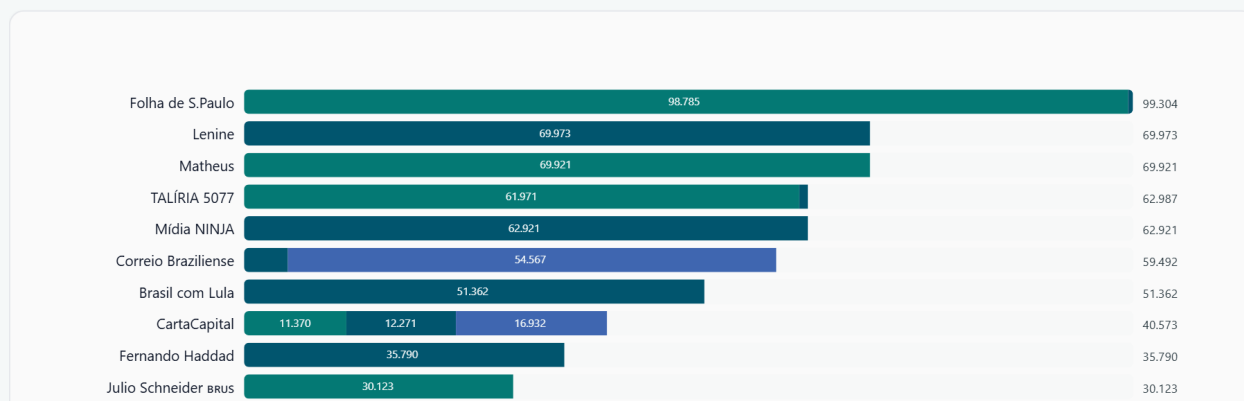
📊 COMO SE CLASSIFICA

Cada publicação é lida por 19 modelos analíticos em 30 blocos de classificação, 43 dimensões de leitura e 16 métricas de exposição: tema e subtema; tipo de autor (político, influenciador, mídia, órgão público, cidadão comum); entidades citadas (pessoas, instituições, veículos, lugares, marcas); sentimento e emoções; enquadramentos genéricos e específicos; posicionamento (apoio, oposição, relato); as sete fundações morais de Haidt com o polo acionado; valores de Schwartz; visões de mundo de Kahan; papéis atribuídos (MAPAM, da IPSE); confiança, coragem, força e esperança atribuídas ao ator (CCFE, da IPSE); valores republicanos; padrão de confiança institucional; polarização (tipo e grau); causalidades atribuídas; tipos de desinformação; tipos de engajamento político; exigência de prova; permeabilidade e vulnerabilidade democrática. Os rótulos descrevem o que cada texto diz — retratam o debate público, não a opinião do eleitor.

📈 ESTE RECORTE

Relatório “Vulnerabilidades de Lula 2026 — imaginários, moral e enquadramento” com 21 gráficos; período: os últimos 7 dias, dia a dia. Recorte comum aos gráficos — sem filtro comum a todos os gráficos. Esse recorte envolve 103.187.166 interações (curtidas, comentários e compartilhamentos) de 45.711 autores distintos, em 174.195 publicações. A exposição é sempre medida por engajamento; as séries diárias são lidas em composição do dia; as composições percentuais fecham em 100%.

Ficha gerada em 22/09/2026; números de monitoramento atualizados em 2026-09-14.



18 · Quem mais influencia o debate sobre Lula, por posicionamento

■ Oposição ■ Apoio ■ Neutro informativo

A pergunta deste gráfico é direta: quem move a conversa sobre Lula, e de que lado. A resposta desmonta o senso comum da militância. No ranking por engajamento, o maior volume de interações ligado a Lula não vem de quem o apoia: vem da Folha de S. Paulo em posicionamento de oposição, com 98.785 interações, 17,3% do total do gráfico e 38,5% de tudo o que aquele perfil produziu sobre o presidente. É o maior número do quadro.

Logo atrás, e ainda do lado contrário, aparece Matheus, com 69.921 interações (12,4% do total), e TALÍRIA 5077, com 61.971 (11%). Do lado do apoio, quem puxa é Lenine, com 69.973 interações (12,4%), seguido de Mídia NINJA (62.921, 11,1%) e Brasil com Lula (51.362, 9,1%). Ou seja: a exposição sobre Lula está dividida, mas o topo isolado é oposição — e oposição publicada por um veículo de imprensa, não por um militante.

Vale dizer o que isso significa. Posicionamento, aqui, é o que o texto faz com o tema central — apoia, apenas relata ou se opõe a Lula —, e é o lado de quem fala, não a posição do citado. O que o gráfico revela é uma assimetria de origem: a oposição a Lula que mais circula não é a do político que o ataca, é a do jornalismo que o cobre. A Folha, sozinha, entrega mais engajamento em oposição do que qualquer apoiador entrega em apoio.

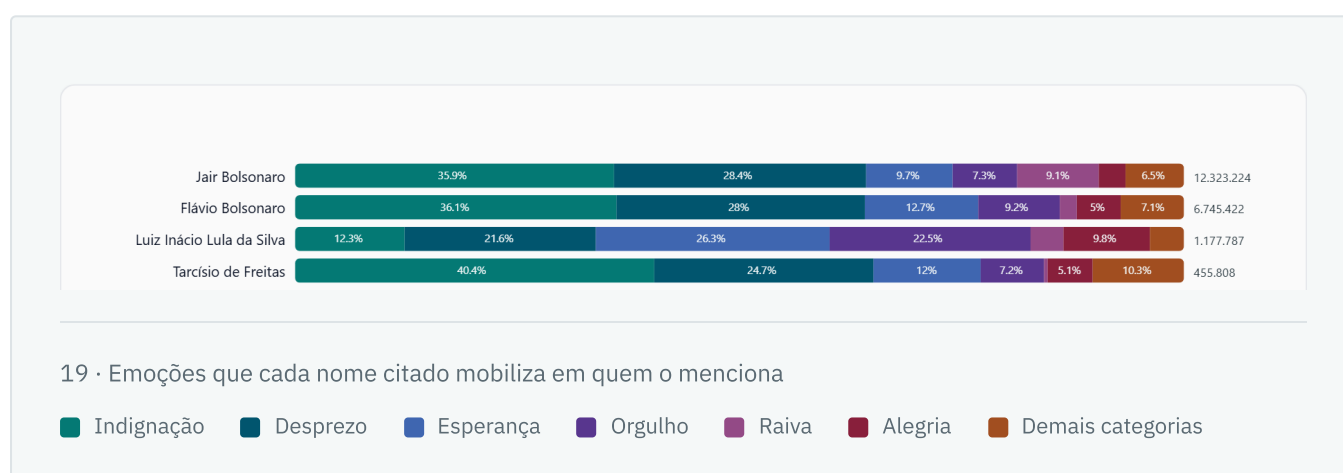
E há um detalhe que fecha o raciocínio: o Correio Braziliense aparece duas vezes, com 54.567 interações em neutro informativo e apenas 4.925 em apoio — o mesmo veículo, quando não opina, move dez vezes mais do que quando se alinha. A neutralidade, nesse caso, não é isenção: é o terreno onde a narrativa se instala sem disputa declarada.

O contraste entre os dois lados é o que dá o tom do quadro. Quem apoia Lula fala em esperança (46% das publicações de apoio) e orgulho (37%), e enquadra o governo pela entrega material (30%) e pela oportunidade econômica (15%) — a gramática do bem comum, presente em 72% dos textos de apoio. Quem se

opõe fala em indignação (63%) e desprezo (23%), e enquadra por corrupção moral (27%), incompetência estatal (12%) e ameaça à democracia (7%), cobrando prestação de contas (52%).

São dois vocabulários que quase não se tocam: um celebra o que foi feito, o outro denuncia o que foi desviado. E a fundação moral confirma a separação — no apoio, o cuidado aparece em 93% dos textos, no polo virtuoso; na oposição, o dano aparece em 91%, no polo do vício. Não é o mesmo país discutindo o mesmo presidente: são duas conversas paralelas, cada uma com sua própria régua moral.

O que este gráfico sugere para a tese do painel é que a vantagem de Lula na mobilização de imaginários não se converte automaticamente em controle da conversa. Seus aliados — Lenine, Mídia NINJA, Brasil com Lula, Haddad — produzem engajamento robusto e afinado, mas o pico de exposição do período pertence a quem o cobre criticamente. A pergunta que fica, e que os gráficos seguintes devem responder, é se essa oposição de imprensa é desgaste real ou apenas visibilidade: muito citado em neutro é alcance, muito citado em oposição é custo. Aqui, os dois aparecem juntos, e o saldo depende de qual dos dois lados o eleitor decide acreditar.



O motor afetivo da reputação destes quatro nomes é assimétrico e cruel: a indignação é o combustível que move o debate em torno de Flávio Bolsonaro, enquanto Jair Bolsonaro concentra um repertório emocional mais amplo, que vai do orgulho à esperança, e Lula e Tarcísio de Freitas aparecem como coadjuvantes afetivos, mobilizando frações menores do engajamento. No recorte da última semana, a emoção que domina a conversa sobre o candidato do PL é a mesma que alimenta a oposição a ele — e isso é uma faca de dois gumes que a campanha precisa entender.

A leitura por barra revela o seguinte: entre os textos que citam Flávio Bolsonaro, a indignação responde por 38,1% do engajamento, o desprezo por 14,7%, o orgulho por 14,4% e a esperança por 14,1% — um perfil quase equilibrado entre afetos positivos e negativos, o que sugere que o nome do senador é disputado, não monopólio de um campo. Já entre os que citam Jair Bolsonaro, a indignação cai para 33,6%, mas o orgulho sobe para 18,7% e a esperança para 16,1%, configurando um repertório mais favorável ao ex-presidente.

Lula, por sua vez, mobiliza esperança em 27,9% e orgulho em 24,2% dos textos que o citam, mas a indignação ainda responde por 19,2% — e, no total do engajamento do gráfico, sua fatia é residual: 2,0% para esperança e 1,8% para orgulho, contra 19,8% da indignação associada a Jair Bolsonaro. Tarcísio de Freitas é o nome menos mobilizador: sua indignação responde por 36,5% dos textos que o citam, mas isso representa apenas 1,4% do engajamento total do recorte.

O que isso significa para a tese do painel — as vulnerabilidades de Lula — é que o presidente não é o centro do motor afetivo desta semana. Quem puxa a indignação é a família Bolsonaro, e é essa indignação que gera a maior parte da exposição. A pergunta que se impõe é: a quem interessa essa configuração? A Lula, não. Um debate em que o adversário concentra a indignação e ainda mobiliza orgulho e esperança em proporções relevantes é um debate em que o campo governista não está pautando a emoção — está reagindo a ela.

A esperança associada a Lula existe, mas é minoritária no volume total de engajamento, o que sugere que a narrativa positiva do governo não está convertendo em exposição proporcional ao seu peso eleitoral.

Vale dizer: a assimetria entre o que Lula evoca e o que a população engaja é o dado mais eloquente. A esperança que o presidente mobiliza entre quem o cita não se traduz em volume de interação: enquanto a indignação ligada a Jair Bolsonaro responde por quase um quinto de todo o engajamento do gráfico, a esperança ligada a Lula fica em 2,0% e o orgulho em 1,8%.

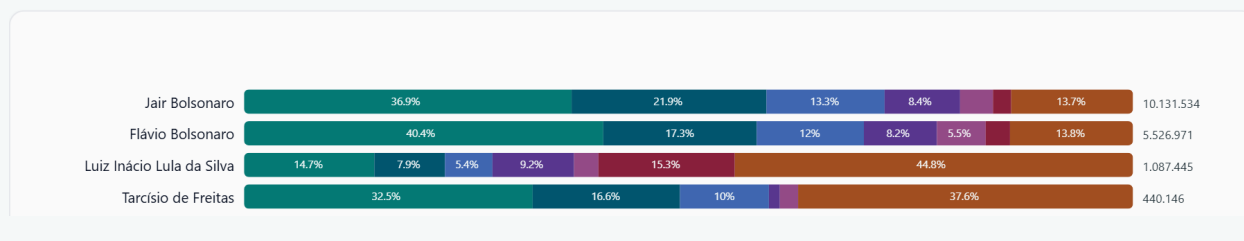
É pouco para quem governa e disputa a reeleição. O contraste com Flávio Bolsonaro é ainda mais revelador: o senador, que é o adversário direto, consegue que a indignação que provoca (11,3% do total) seja acompanhada de orgulho (4,3%) e esperança (4,2%) em proporções que, somadas, superam o que Lula mobiliza em afetos positivos.

Ou por outra: o campo bolsonarista não apenas domina a emoção negativa que move a exposição, como também consegue ativar afetos positivos em escala relevante — algo que a campanha de Lula, nesta semana, não repete.

Tarcísio de Freitas, citado sobretudo como parceiro de chapa e herdeiro do bolsonarismo em São Paulo, aparece com um perfil emocional quase inteiramente negativo: a indignação responde por 36,5% dos textos que o citam, o orgulho por 25,7% e a esperança por 19,2%, mas o engajamento total que ele mobiliza é irrisório — 1,4% para a indignação, 1,0% para o orgulho. Isso sugere que Tarcísio é um nome citado por associação, não um polo autônomo de mobilização afetiva. Quem o menciona está falando de outro assunto — o caso Master, a chapa, a sucessão — e não construindo uma narrativa própria em torno dele.

O quadro que este gráfico desenha é o de uma semana em que o motor afetivo da reputação favorece o campo adversário. A indignação é a emoção mais potente do debate, e ela está majoritariamente direcionada a Jair e Flávio Bolsonaro — mas, ao contrário do que se poderia esperar, isso não os destrói: eles convertem parte dessa energia em orgulho e esperança entre os seus. Lula, que deveria ser o beneficiário natural do desgaste alheio, não aparece como destinatário de afetos positivos em escala compatível com a sua posição.

A vulnerabilidade que o painel investiga não está, portanto, apenas no que se diz contra Lula, mas no que se deixa de dizer a favor dele — e o gráfico mostra que, nesta semana, o silêncio afetivo é o flanco mais exposto do presidente.



20 · Enquadramentos específicos colados a cada nome citado

■ Corrupção moral
 ■ Conflito povo vs. elite
 ■ Guerra cultural
 ■ Ameaça à democracia
 ■ Espetacularização política
 ■ Conflito nacional vs. global
 ■ Demais categorias

A pasta temática de cada nome não é escolhida por quem o cita: ela é imposta pelo campo de batalha em que o nome já está metido. Neste gráfico, que cruza as quatro pessoas mais citadas do recorte com os enquadramentos específicos do debate brasileiro — isto é, os assuntos concretos que organizam o texto, como corrupção moral, guerra cultural ou conflito povo versus elite —, a leitura é escancarada: Jair Bolsonaro e Flávio Bolsonaro concentram quase toda a exposição, e o fazem colados à corrupção moral e à guerra cultural, enquanto Lula e Tarcísio de Freitas aparecem em fatias residuais, presos a um único assunto cada um.

A evidência é direta: na base Jair Bolsonaro, corrupção moral responde por 24% do engajamento, guerra cultural e conflito povo versus elite por 19,9% cada; na base Flávio Bolsonaro, corrupção moral sobe a 30,4% e o conflito povo versus elite a 18,3%. Lula não passa de 15,5% em conflito povo versus elite e 14,9% em corrupção moral; Tarcísio, de 22,1% em incompetência estatal e 19,6% em corrupção moral. Ou por outra: o gráfico não mede quem fala, mede a que assunto cada nome está amarrado quando alguém o cita — e a amarração dos Bolsonaro é densa, a de Lula é rarefeita.

Vale dizer o que cada pasta significa. Corrupção moral é o enquadramento que trata o caso como desvio de conduta e quebra de decoro, não como falha administrativa; guerra cultural é o que organiza a disputa em torno de valores, costumes e identidade; conflito povo versus elite é o que opõe a maioria à casta; incompetência estatal é o que imputa ao gestor a incapacidade de entregar. Pois bem: os dois Bolsonaro estão colados aos três primeiros, e é aí que a exposição se acumula. O detalhe que interessa é a coluna do segmento — a fatia de cada enquadramento que cabe àquele nome.

Corrupção moral, no total do recorte, tem 56,6% de seu engajamento apontado para Jair Bolsonaro e 36,4% para Flávio; guerra cultural, 65,6% para Jair e 26,7% para Flávio; conflito povo versus elite, 62,7% para Jair e 29,3% para Flávio. Lula, no mesmo enquadramento de conflito povo versus elite, responde por 5,5%; em corrupção moral, por 4,1%. A assimetria é brutal: o campo temático da corrupção e da guerra cultural é, neste recorte, território bolsonarista — e Lula é citado nele de raspão.

Isso dialoga com o que o painel quer saber: a vulnerabilidade de Lula como candidato. E a resposta que este gráfico dá é incômoda para o governo. Quando o assunto é corrupção moral, Lula não é o protagonista da pasta — é figurante. Quem ocupa o terreno é a família Bolsonaro, e o faz com folga de exposição. Pior: os

enquadramentos em que Lula aparece com alguma força relativa são justamente os que não mobilizam a base — conflito povo versus elite e corrupção moral, ambos com menos de 16% do engajamento que o cita, contra os 24% e 30,4% que os Bolsonaro acumulam nos mesmos assuntos.

Ou seja, o nome de Lula, quando citado, não ancora um campo temático próprio; ele é mencionado dentro de campos que outros construíram.

Tarcísio de Freitas merece leitura à parte, porque é o caso mais revelador da semana. Ele aparece colado à incompetência estatal (22,1% do engajamento que o cita) e à corrupção moral (19,6%), mas com fatias de segmento irrisórias — 9,9% e 2,9% respectivamente. Traduzindo: quando se fala de incompetência estatal neste recorte, Tarcísio é o nome mais associado; quando se fala de corrupção moral, ele é quase ausente.

É a pasta de gestor, não a de réu. Para quem é apontado como herdeiro do campo bolsonarista em São Paulo, o dado sugere que sua imagem está sendo construída no terreno da entrega administrativa, não no da guerra cultural que sustenta Jair e Flávio.

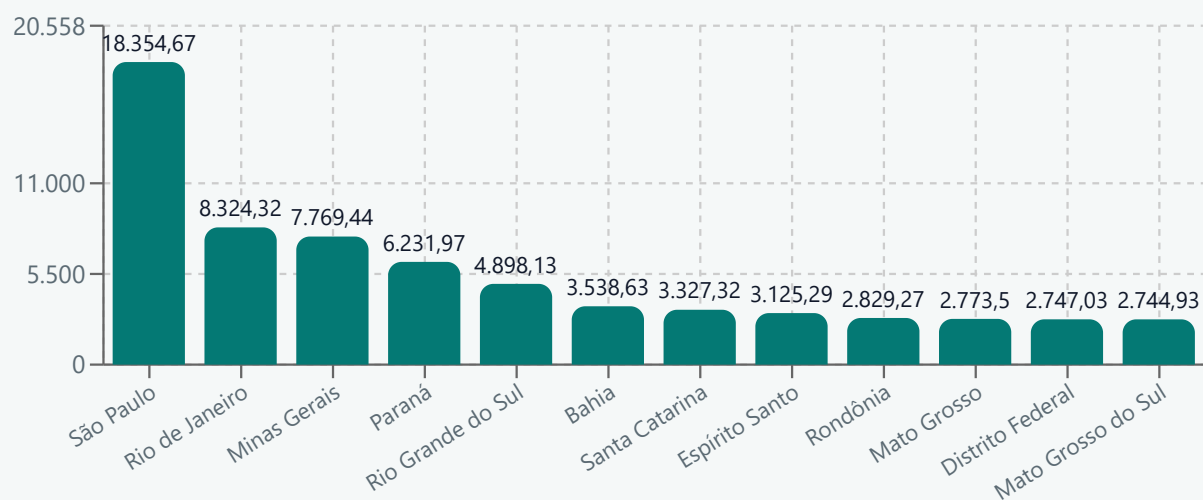
Se isso é proteção ou isolamento, o gráfico não decide — mas registra que Tarcísio não está no mesmo campo temático dos Bolsonaro, e essa distância, num momento em que o bolsonarismo tenta se rearticular em torno de Flávio, é um dado político de primeira ordem.

O que este gráfico sugere, em síntese, é que a disputa de imaginários deste recorte está sendo travada em terreno bolsonarista. Corrupção moral e guerra cultural — as duas pastas que mais engajam — são ocupadas por Jair e Flávio Bolsonaro com 56,6% e 65,6% de suas respectivas exposições. Lula, o candidato à reeleição, não tem pasta própria: aparece em fatias residuais de assuntos alheios, sem ancorar um enquadramento que mobilize.

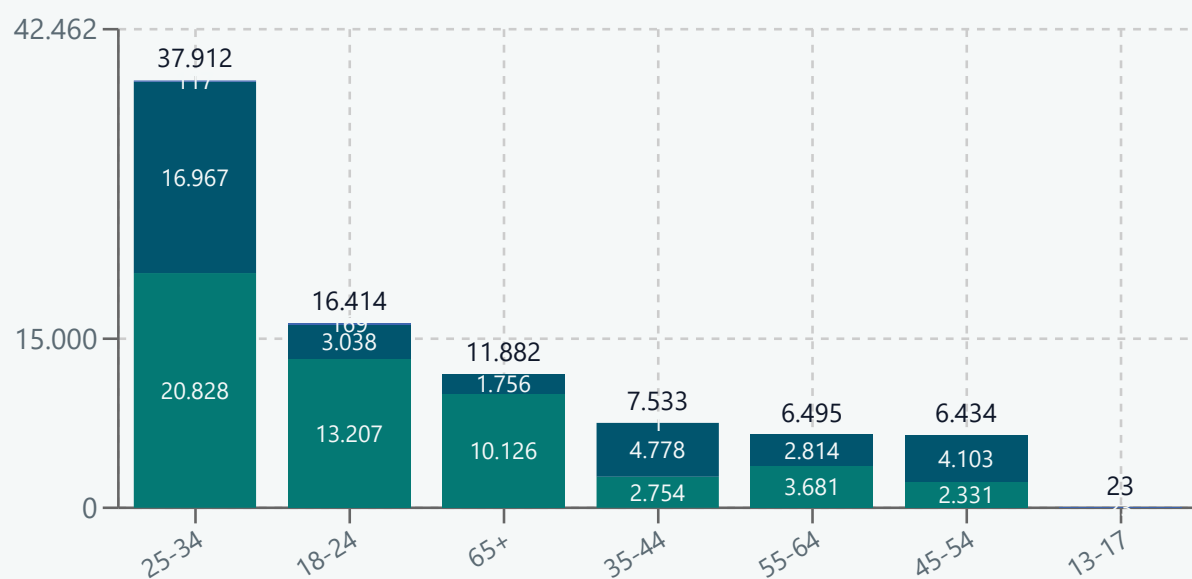
Para o painel, isso significa que a vulnerabilidade de Lula não está em ser atacado — está em não ser o dono de nenhum campo temático. Quem define o assunto, define o debate; e, neste recorte, quem define o assunto são os Bolsonaro.

Campanhas Ads · dinheiro e audiências — menções a Lula e ao PT

ANÚNCIOS	PÁGINAS	FINANCIADORES	GASTO ESTIMADO	ATIVOS	ESTADOS ALCANÇADOS
99.038	7.836	9.420	R\$ 19.804.300 – R\$ 32.672.262	83.042	1.675

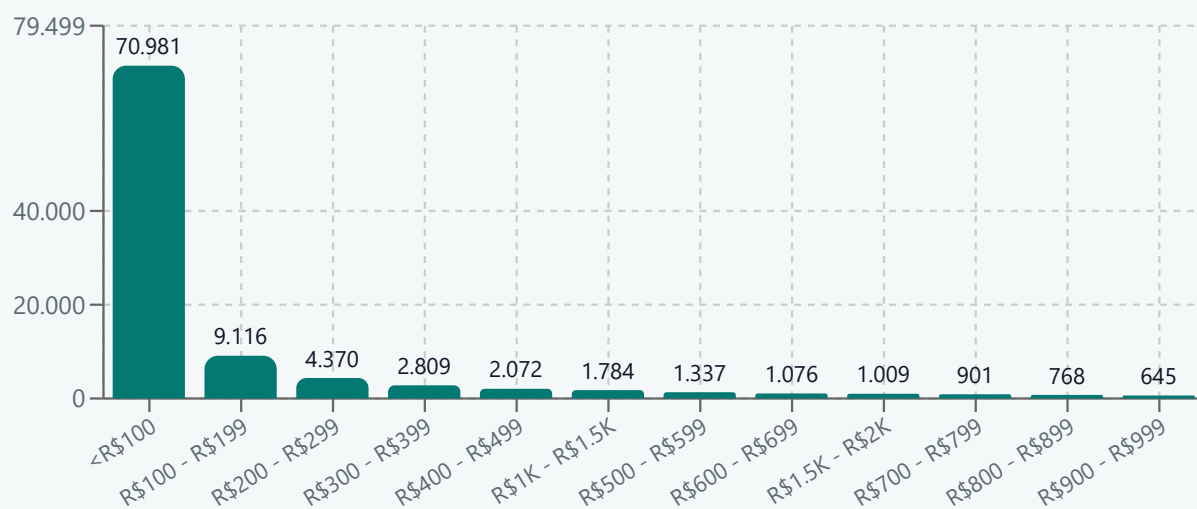


Audiência por estado (peso da entrega)

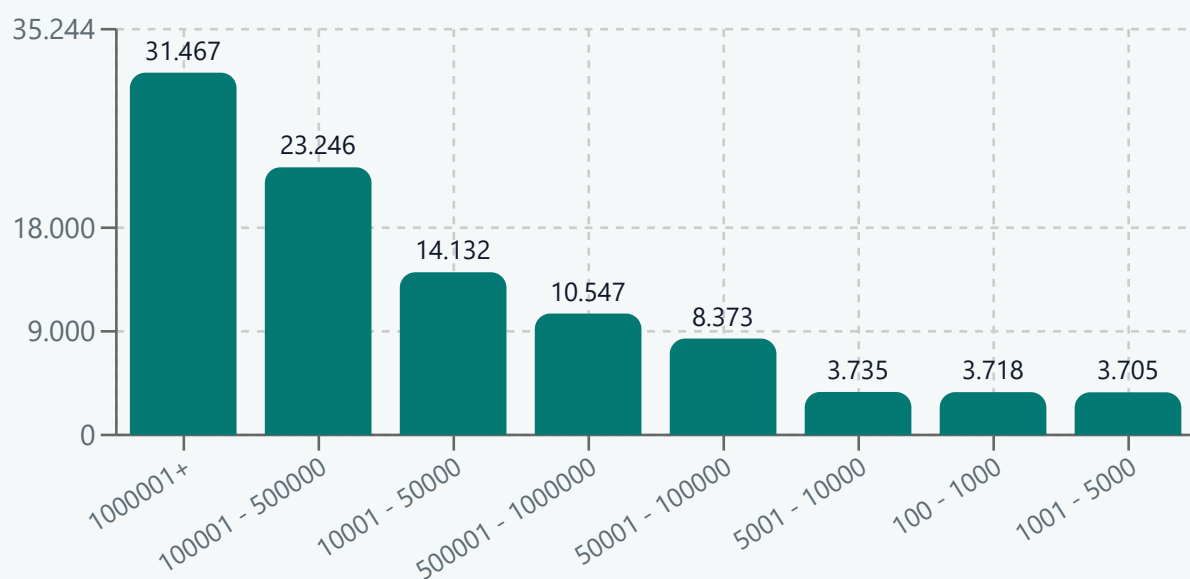


Audiência por idade x gênero (anúncios)

■ Mulheres
 ■ Homens
 ■ Não informado



Faixas de gasto (R\$)



Audiência estimada por faixa

O dinheiro da máquina pública é o único que fala alto neste recorte: entre os financiadores declarados, a página Governo do Brasil concentra o maior gasto da amostra, com faixa estimada entre R\$ 36,4 milhões e R\$ 43 milhões, e o conjunto sem financiador declarado responde por cerca de 17% dos anúncios e por fatia equivalente do gasto — o que sugere que boa parte da propaganda paga que menciona Lula e o PT circula sem que se saiba, pelo rótulo, quem paga.

Aécio Neves aparece como o segundo maior investidor entre os perfis identificados, com faixa entre R\$ 909 mil e R\$ 1,16 milhão, seguido por Cristina Graeml (R\$ 436 mil a R\$ 578 mil) e Alex Manente (R\$ 188 mil a R\$ 278 mil); Eduardo Riedel, Bruno Scheid e Gil Pereira movimentam valores menores, mas em volume de anúncios comparável.

O que isso diz é que a disputa paga em torno do campo lulista não é conduzida por Lula nem pelo PT — é conduzida por adversários e por páginas institucionais, num momento em que o debate orgânico já está em período eleitoral pleno, com propaganda liberada desde 16 de agosto e primeiro turno em 4 de outubro.

A geografia da entrega reforça a leitura: São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais concentram o maior peso, e a faixa de 25 a 34 anos, com leve predominância feminina, é o alvo dominante — o que indica que o investimento pago busca o eleitor jovem-adulto dos grandes colégios eleitorais, não a mobilização de base. Diante do que o painel pergunta sobre as vulnerabilidades de Lula, este gráfico mostra um flanco desguarnecido: enquanto o campo adversário compra audiência com valores expressivos e o próprio governo federal gasta na casa das dezenas de milhões, não há, entre os maiores financiadores identificados, uma página de campanha lulista com investimento comparável.

A projeção externa do discurso na ONU, que dominou o noticiário da semana, não se converteu em investimento pago de sustentação doméstica — e é exatamente essa desconexão entre o palco internacional e o terreno da entrega material que o gráfico expõe.

FINANCIADOR	ANÚNCIOS	GASTO ESTIMADO
EDUARDO RIEDEL	922	R\$ 12.300 – R\$ 103.978
ELEIÇÃO 2026 GILBERTO WAGNER MARTINS PEREIRA ANTUNES DEPUTADO ESTADUAL	780	R\$ 16.300 – R\$ 93.520
ELEIÇÃO 2026 PEDRO BRUNO DE BARROS PONCIO DEPUTADO FEDERAL - 68.235.869/0001-59 - NOVO	645	R\$ 50.300 – R\$ 134.555
NATALIA BOULOS	607	R\$ 700 – R\$ 60.793
ELEIÇÃO 2026 AECIO NEVES DA CUNHA SENADOR CNPJ 68.930.986/0001-32 PSDB	605	R\$ 381.000 – R\$ 497.595
LUCIANA GATTI - DEP. FEDERAL 5077	600	R\$ 9.200 – R\$ 68.600
CNPJ 68.438.235/0001-01 ELEIÇÃO 2026 BRUNO SCHEID SENADOR	597	R\$ 22.300 – R\$ 82.203
CIDADANIA - BRASIL - BR - NACIONAL	509	R\$ 36.900 – R\$ 91.691

ELEIÇÃO 2026 DAVID ANTÔNIO ABISAI PEREIRA DE ALMEIDA GOVERNADOR - 68.345.414/0001-96 - AVANTE - PRA CIMA AMAZONAS (PDT / DC / AGIR / AVANTE / FEDERACAO RENOVACAO SOLIDARIA(25-PRD/77-SOLIDARIEDADE)	416	R\$ 17.400 – R\$ 60.184
ELEIÇÃO 2026 REGINA CARNOVALE NUNES DEPUTADO ESTADUAL 68.293.771/0001-58	403	R\$ 18.300 – R\$ 60.197
ELEIÇÃO 2026 CRISTINA REIS GRAEML SENADOR	379	R\$ 251.500 – R\$ 341.021
ELEIÇÃO 2026 LORENZO SILVA DE PAZOLINI GOVERNADOR - 68.608.213/0001-34	349	R\$ 0 – R\$ 34.551

IPSE GLOBAL · ORIKOM

A Orikom acompanha diariamente o debate público brasileiro sobre política, clima e democracia em redes sociais, portais de notícias e anúncios políticos, e o lê com um conjunto de frameworks de análise do discurso: sentimento, emoções, enquadramentos, fundações morais, valores, papéis actanciais, confiança institucional, polarização e vulnerabilidade democrática. O Laboratório cruza esses frameworks em painéis e relatórios como este, com apoio da Ori, a inteligência analítica da plataforma.

CONTATO

ipse.global
info@ipse.global
+55 21 99514-3404

RELATÓRIO GERADO PELA PLATAFORMA ORIKOM EM 23/09/2026