

A indicação e apoio do então presidente Luiz Inácio Lula da Silva à candidata Dilma Rousseff (PT), nas eleições de 2010 para a presidência, gerou comentários e ataques tanto da imprensa quanto dos candidatos. A acusação girava ao redor, principalmente, do fato de que Lula estaria se aproveitando da sua grande popularidade e posição política para direcionar os votos para a candidata de sua legenda. Dilma Rousseff nunca havia concorrido às eleições e sofria acusações de inexperiência e de estar usando a imagem de Lula para alavancar sua candidatura, segundo a oposição. Entre os concorrentes à presidência, José Serra (PSDB) era o maior crítico ao apoio dado à Dilma através de declarações que foram publicadas na imprensa.

O presente trabalho busca analisar a forma como esse debate foi veiculado pela Zero Hora, atendo-se especificamente à extensão da dimensão simbólica da personalidade de Lula sobre os candidatos a presidente da República. As fontes de pesquisa utilizadas foram 48 edições completas do periódico Zero Hora (Porto Alegre), correspondentes ao período de 17 de agosto a 3 de outubro de 2010, no contexto das campanhas eleitorais para presidente, governador, deputados estaduais, deputados federais e senadores. Foram examinados editoriais, artigos, reportagens, capas e charges das edições do jornal.

Tendo-se como principal referencial teórico os conceitos de *campo político* e de *capital simbólico* formulados por Pierre Bourdieu, é possível caracterizar Lula como um agente privilegiado no campo político daquele momento, uma vez que possuía um capital de crédito político indiscutível – sua popularidade – detendo, assim, ampla capacidade de submeter as forças do campo aos seus desejos. A partir dessa posição privilegiada de Lula devido ao seu papel simbólico, utiliza-se exemplos de Zero Hora que ilustram como uma figura política pautou em parte as atuações e campanhas dos candidatos à presidência do Brasil em 2010.