
Jornalismo Político nos Stories: o Drops/Estadão nas eleições 2022¹²

Petronilio Ferreira ³

Ivan Bomfim⁴

Universidade Federal Fluminense, RJ

Universidade Estadual de Ponta Grossa, PR

RESUMO

Esta pesquisa tem como objetivo analisar como a transitoriedade das redes sociais afeta o jornalismo diário, em especial a cobertura noticiosa política. Com base nas pesquisas de Assis (2021), Ferreira (2023), acreditamos que o jornalismo tem se adaptado rapidamente à realidade das mídias sociais. Esse ambiente transitório tem alterado a forma de produção, consumo e gestão da notícia. Nesse sentido, concluímos que o jornalismo político é um dos gêneros mais afetados nesse processo, ao mesmo tempo que garante amplitude de *views*, cai a qualidade com texto mais sensacionalistas que buscam prender o leitor.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo; Redes Sociais; Instagram; Estadão; Drops.

1 INTRODUÇÃO

A conexão está cada vez mais presente na vida dos brasileiros. De acordo com a TIC Domicílios 2022, 80% dos lares brasileiros têm acesso à internet. Números que crescem a cada dia. Ao todo, 142 milhões de pessoas afirmam acessar diariamente, 10 milhões via smartphone. Quando analisamos os dados para celular, é possível perceber que a maior parte da população que utiliza esse tipo de acesso são pessoas de baixa renda, com pouca escolaridade, das regiões norte e nordeste.

Para Carro (2023) essa realidade vem alterando diretamente o consumo da notícia no Brasil. Percebe-se que houve um crescimento nas assinaturas de jornais on-line no país. Ao todo, 20% dos entrevistados afirmam pagar por notícias, segundo o Digital News Report 2023. A pesquisa constatou que 42% dos brasileiros compartilham informação pelas redes sociais, sendo os *apps* da Meta (Instagram, Facebook e WhatsApp) os ambientes de maior compartilhamento.

¹ Trabalho apresentado no GP Tecnologias e Culturas Digitais, evento do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação realizado de 4 a 8 de setembro de 2023.

² Este trabalho é parte da dissertação de mestrado “A Terceira Via À Moda Da Casa: A cobertura do Drops/Estadão nas eleições de 2022”, apresentada ao PPGJor/UEPG.

³ Doutorando PPGCOM da Universidade Federal Fluminense (UFF). M.e Jornalista. Esp. em Ciências Políticas. E-mail: petronilio.fcf@gmail.com.

⁴ Professor do Departamento de Jornalismo e do Mestrado em Jornalismo na Universidade Estadual de Ponta Grossa(UEPG). E-mail: ivanbp@uepg.br

Com base nesse ambiente, este artigo se atenta a compreender quais as implicações dessa evolução no compartilhamento de notícias políticas em perfis oficiais de jornais brasileiro. Para essa análise, foi escolhida a produção noticiosa do Drops/Estadão durante as eleições de 2022. O noticiário informativo para o Instagram Stories surge como um espaço de tensionamento entre os universos do jornalismo político e das redes sociais ideal para compreender a evolução da comunicação política no Brasil moderno.

2 JORNALISMO TRANSITÓRIO

Bomfim *et. al* (2021) explicam que a contemporaneidade traz um novo sistema midiático caracterizado pelo constante entrelaçamento e embates de distintas opiniões. Nesse novo *Zeitgeist midiático*, o jornalismo tradicional é constantemente questionado por novos atores, como mídias independentes e um público mais atuante.

“O processo pode ser mirado como uma gradual transformação das subjetividades, em especial quando estas se chocam com os elementos tomados como ‘objetivos’ da realidade, moldados pelos discursos circunscritos à ideia de modernidade” (BOMFIM *et. al*, 2021, p. 23).

É um fato que as novas Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) vêm alterando a forma de se relacionar e comunicar nas últimas décadas. Cordon (2011) explica que as Redes Sociais Digitais (RSD) permitem um tipo de navegação entre amigos, reconstituindo a experiência da vida real. Essa experiência é um fator que permite um questionamento do espaço de emissores tradicionais no processo comunicativo.

Ferreira (2023) destaca que a circulação do conteúdo nas plataformas digitais é uma tarefa especial dos usuários. “São eles que favorecem a dispersão desses produtos ao produzir, mixar, compartilhar e realizar novas conexões dentro das redes sociais digitais” (FERREIRA, 2023, P. 20). Com isso, é a convergência de mídias aliada a uma “atividade de formiga”, que permite que a produção noticiosa barateie e popularize nas redes, facilitando uma melhor adaptação das produções noticiosas às constantes atualizações dos aplicativos.

Nesse sentido, o jornalismo transitório surge como uma adaptação à crescente transitoriedade das redes. Desde a década de 2010, popularizou-se entre os jovens aplicações que permitiam o desaparecimento da postagem após um período curto de tempo em transmissão. O Snapchat foi o precursor desse movimento (FERREIRA,

2023; ASSIS, 2021), que seria acompanhado pelas plataformas 4Chan, Instagram, WhatsApp e Twitter⁵. “O Snapchat e as Stories do Instagram alteram duas características essenciais da comunicação realizada por meio de plataformas de redes sociais, constituída a partir de bits: a persistência e a buscabilidade” (ASSIS, 2021, P.118).

Ferreira (2023) destaca que a memória, outrora essencial para a constituição da produção em rede, torna-se obsoleta com a sobreposição constante de conteúdo. Essa realidade transitória é consequência da pós-modernidade. Envolve numa constante de construção e reconstrução, a produção burguesa entra em exaustão. Torna-se necessário, a todo momento, adaptar-se ao desejo do público.

A atividade laboral do homem pós-moderno o dilacera em todos os sentidos. Com isso, a dissolução de valores torna extremamente transitória a vida humana e o mundo ao redor. A longa duração perde o sentido nesse mundo em movimento (FERREIRA, 2023, p. 30).

Assis (2021) acredita que, nesses ambientes, a memória influencia o consumo do jornalismo transitório devido o período de reprodutividade delimitado. Essa seria a principal característica dessa produção que ganha cada vez mais adeptos nos últimos anos, com a disponibilidade de produtos semelhantes nas redes. Nesse sentido, a autora define essa produção como Jornalismo Autodestrutivo.

Com a autodestruição, rompe-se a mutabilidade e interrompe-se a fluidez do conteúdo. Ainda que se considere o processo de memorização do interagente que recebe tal conteúdo enquanto uma mutação, questiona-se: quanto do que é produzido é memorizado? É possível mensurar? E o que se perde? De nada vale? Não há como ter esse controle quando a intenção primeira dos desenvolvedores é o apagamento, a autodestruição. Consequentemente, o conteúdo jornalístico produzido em tal ambiente seguirá a mesma lógica. (ASSIS, 2021, p. 56)

Diferentemente de Assis, acredito que o termo “Autodestrutivo” não se adequa para uma melhor classificação da produção. Nas últimas décadas, a memória se tornou cada vez mais importante para o consumo da notícia no ambiente digital. Os algoritmos usam esses dados para a construção de perfis e *feeds* adaptáveis a cada consumidor. Nesse sentido, opto por definir essa produção como Transitória. Mesmo que não haja uma disponibilidade, essas notícias são importantes para a constituição do consumo nas plataformas digitais.

⁵ Necessário destacar que o *fleets* é um iniciativa que saiu de circulação em meados de 2021, após baixa aderência de usuários.

Com a possibilidade da perda, psicanaliticamente Freud (2006) ressalta que quem delimita a importância do objeto transitório é o emocional. São os sentimentos que facilitam a permanência dessa produção no tempo e na memória das pessoas. Em Luto e Melancolia, o autor explica que o luto da perda promove um sentimento narcísico que volta para a pessoa. Nesse processo, a libido é retirada de um objeto e transferida para outro gradativamente. O sentimento narcísico facilita um ambiente instantâneo que é ampliado com a modernidade, onde as perdas das relações fixas fazem parte do processo de construção social. (FERREIRA, 2023, p. 29).

Destaco que o Jornalismo Transitório nasce como uma forte adaptação às rápidas mudanças da sociedade pós-moderna. O desempenho máximo niilista impede que haja uma significação maior no tempo e na memória. O novo ambiente é projetado para atender diretamente as necessidades pessoais do consumidor. Ainda assim, essas produções ainda podem ser consideradas jornalismo devido a manutenção das características basilares definidas por Groth (2011): periodicidade, atualidade, universalidade e publicidade.

Essas vivências impactam diretamente as produções nas redes sociais. Em especial, o Jornalismo Transitório é constituído por uma narrativa icônico-verbal, a partir de uma gramática própria. “O tempo, o enquadramento, as imagens, os *emojis*, memes, *gifs* são importantes para compreender o discurso mobilizado nesses espaços” (Ferreira, 2023, p. 222).

Para que seduza o leitor, essas notícias devem ser chamativas. Como sustenta Assis (2021, p. 174), “[os] jornalistas devem trabalhar ativamente na criação de notícias que sejam atrativas e interessantes não apenas no plano de conteúdo, mas, sobretudo, no plano de expressão”. Para isso, o produto mobiliza a emoção, a memória, bombardeando o seguidor com imagens.

Nas produções do *Drops/Estadão*, que compõem o objeto de pesquisa, o pequeno espaço e pouco tempo disponível implicam na construção mais concisa de conteúdos verbais. Entretanto, o texto de apoio intenciona direcionar o leitor para determinadas formas de compreensão sobre os candidatos, buscando controlar a polissemia das mensagens. Em conjunto, mostra-se necessário forçar apego emocional que permita um rememoração ao candidato.

Debord (2003) complementa que o espetáculo é algo grandioso e positivo. A explosão de imagens tem como único objetivo de cativar o telespectador diante o fluxo de informação. Quanto maior o tempo de contemplação, mais ilusões são cativadas em

uma luta dual. Nesse sentido, o jornalismo torna-se um campo de batalha perigoso para a democracia, interferindo e manipulando as regras.

3 ANÁLISE

O *corpus* de análise é formado por 195 matérias (que se repetem de acordo com o candidato abordado) classificadas durante os dias 16 de agosto e 29 de setembro de 2022. Nesse primeiro momento, buscamos catalogar todas as matérias que estavam relacionadas aos quatro melhores colocados nas pesquisas de intenção de voto do *Datafolha*⁶ e *IPEC*⁷. Na primeira, publicada no dia 28 de julho, Lula da Silva aparece à frente, com 47% das intenções de voto. O candidato é seguido por Jair Bolsonaro, com 29%. Ciro Gomes com 8% e Simone Tebet, 2%, complementam esse cenário. Na segunda pesquisa, publicada em 15 de agosto, Lula da Silva apresenta 44% das intenções de voto, seguido pelo atual presidente, 32%, Ciro Gomes, 6%, e Simone Tebet, 2%.

Esses institutos foram escolhidos devido à larga experiência consolidada no cenário nacional. O *Instituto Datafolha*⁸ foi criado em 1983 pelo *Grupo Folha da Manhã* com o objetivo de produzir conteúdo e permitir o planejamento do *Jornal Folha de São Paulo* e outros veículos nacionais. Na contrapartida, o IPEC é um instituto mais recente⁹. Após o fim do acordo de licença com a Kantar Group, o Ibope Inteligência encerrou as atividades em janeiro de 2022 após 79 anos de existência. Após o anúncio, a CEO da marca e outros executivos decidiram abrir uma nova empresa para realizar os levantamentos de pesquisa e mercado, denominada IPEC.

Durante o período de análise podemos perceber que a cobertura do *Drops/Estadão* sobre as eleições foi centrada especialmente nos quatro candidatos, previamente decididos para a pesquisa. Em especial, não há citações sobre os partidos nanicos ou de menor expressão, com a exceção do PTB e do União Brasil, devido

⁶ Disponível em:
https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/07/datafolha-lula-tem-18-pontos-sobre-bolsonaro-no-1o-turmo.shtml?utm_source=twitter&utm_medium=social&utm_campaign=twfolha

⁷ Disponível em:
<https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2022/pesquisa-eleitoral/noticia/2022/08/15/ipec-lula-tem-44percent-e-bolsonaro-32percent-no-1-turmo-de-2022.ghtml>

⁸ Disponível em: <https://datafolha.folha.uol.com.br/sobre/2022/07/historia-do-datafolha.shtml>

⁹ Disponível em:
<https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2021/06/25/ipec-ibope-instituto-de-pesquisa-lula-bolsonaro.htm>

atuação durante os debates¹⁰. Nesse sentido, quem consumiu o jornal para os *stories* do *Estadão* pôde perceber uma cobertura polarizada entre a centro-esquerda e a extrema direita no Brasil. É necessário ressaltar que havia uma pequena produção noticiosa sobre a emedebista, Simone Tebet, e o pedetista¹¹, Ciro Gomes.

Em números, a maior parte das publicações tinham como tema Jair Bolsonaro, campanha e governo, 53,1%. Em seguida, 21,6% das matérias falavam sobre Lula da Silva. Durante o período, Ciro Gomes teve apenas 13,4%. Simone Tebet tem apenas 11,9% de matérias sobre a candidatura.

Devemos destacar que, ainda em maio de 2021, o *Estadão* publicou um editorial de apoio a uma candidatura de Terceira Via¹² para presidência da República. A posterior cobertura do período de pré-campanha revelou que esse projeto seria viabilizado pelo ex-ministro da Justiça, Sérgio Moro. Entretanto, antes do período eleitoral, um imbróglio impediu a formalização desse sonho. O jornal rapidamente transferiu a expectativa para a candidata do MDB, Simone Tebet. Durante o período, foram publicados três editoriais de apoio a campanha: em maio¹³, julho¹⁴ e agosto¹⁵. Mesmo com o tradicional apoio declarado, entre os quatro candidatos analisados, Tebet foi a que teve menos matérias sobre a candidatura, a candidata ou a senadora.

Para o levantamento, as matérias foram classificadas de acordo com as editorias de Política, Opinião, Cultura&Comportamento, Economia&Negócios, Internacional, Metrôpole, Esporte, Especial, Verifica e Brasil. Ao todo, a editoria de política produziu 91,8% das matérias catalogadas no período. A editoria de Brasil teve 2,6% do volume

¹⁰ De acordo com a legislação eleitoral vigente as televisões, que são concessões públicas, deve ser assegurada a participação de candidatos dos partidos com representação no Congresso Nacional de no mínimo cinco parlamentares. Mais informações podem ser acessadas em: <https://oglobo.globo.com/politica/eleicoes-2022/noticia/2022/09/entenda-por-que-o-padre-kelmon-pode-participar-dos-debates.ghtml>

¹¹ Termo que identifica os filiados ao Partido Democrático Trabalhista.

¹² Disponível em:

<https://opinioao.estadao.com.br/noticias/notas-e-informacoes,os-partidos-e-o-candidato-da-terceira-via,70003724138>

¹³ Disponível em:

https://opinioao.estadao.com.br/noticias/notas-e-informacoes,a-eleicao-nao-esta-decida,70004078584?utm_source=twitter:newsfeed&utm_medium=social-organic&utm_campaign=redes-sociais:052022:e&utm_content=:::&utm_term=

¹⁴ Disponível em:

<https://opinioao.estadao.com.br/noticias/notas-e-informacoes,vitoria-do-espirito-democratico,70004122541>

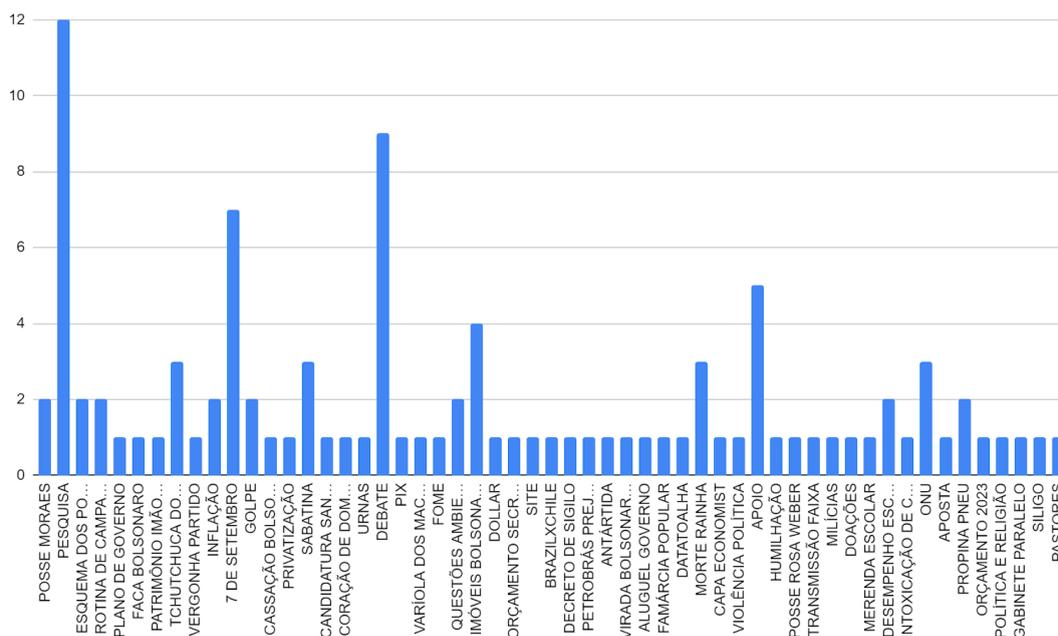
¹⁵ Disponível em:

<https://opinioao.estadao.com.br/noticias/notas-e-informacoes,um-debate-muito-util,70004139395>

de matérias. Economia&Negócios foi responsável por 2.1% das matérias catalogadas. Esses números são seguidos pela editoria de checagens de informações do *Estadão*, 1.5%. Logo atrás a Internacional, com 1%. Saúde e Cultura&Comportamento foram responsáveis cada uma por 0.5% da cobertura.

Sobre Jair Messias Bolsonaro (PL), é possível observar a produção de matérias sobre diversos e variados assuntos. A principal causa é a coleta dos dados. Para uma melhor análise sobre o candidato, buscou-se compreender como o *Drops/Estadão* pautava sobre as ações governamentais, de campanha e sobre os aliados. Ao todo, foram registradas 103 matérias. Durante a campanha eleitoral, os temas mais tratados foram: pesquisa, 11.7%; debate, 8.7%; sete de setembro, 6.8%; apoio, 4.9%; imóveis da família Bolsonaro, 3.9%.

Gráfico 1 - Contagem de temas sobre Jair Bolsonaro publicadas no Drops/Estadão



Fonte: O autor

É interessante observar que a atuação do jornal é similar ao que ocorre durante o período de pré-campanha, com a continuação de agendando escândalos relacionados ao governo. No período eleitoral, o maior agendamento foi feito sobre o caso dos *imóveis da família Bolsonaro*. Ao todo foram postadas quatro suítes sobre um tema que surgiu pela primeira vez no portal UOL.

Publicado ainda em agosto de 2022, início de campanha, o especial investigativo¹⁶ movimentou o cenário político de Brasília. De acordo com o portal, metade dos imóveis da família Bolsonaro foi comprada em dinheiro vivo, acendendo alerta para a prática de lavagem de dinheiro e ocultação de patrimônio. O tema foi reverberado pelo *Drops*¹⁷ em quatro postagens. Entre os dias 30/08 até 01/09 as suítes publicadas foram diárias. O tema volta à tona após pedido de censura feito pelo senador Flávio Bolsonaro¹⁸, em 23 de setembro.

Faz-se necessário pontuar a pulverização de outros escândalos previamente produzidos e pautados pelo jornal que antecedem o período eleitoral de 2022: *Orçamento Secreto*¹⁹ e o *Bolsolão do MEC*²⁰. Diferentemente do que aconteceu no período pré-eleitoral, esses assuntos não estavam no centro da cobertura sobre o governo. O primeiro pode ser visto a partir de matérias de impacto sobre o orçamento de 2023, como o corte de verbas na educação (crianças dividindo ovo em cidades do interior do país²¹) e saúde (farmácia popular²⁴ e combate ao câncer²⁵).

¹⁶ Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2022/08/30/patrimonio-familia-jair-bolsonaro-dinheiro-vivo.htm>

¹⁷ Disponível em: <https://www.estadao.com.br/politica/cunhado-bolsonaro-dinheiro-vivo-mansao-clubes-tiro-cajati-sp/>

¹⁸ Disponível em: <https://politica.estadao.com.br/blogs/fausto-macedo/desembargador-do-df-manda-uol-tirar-do-ar-reportagem-sobre-imoveis-da-familia-bolsonaro/>

¹⁹ Denunciado no final de 2020 pelo jornal paulista, o caso pode ser resumido pela destinação sigilosa de parte do orçamento da União a parlamentares, por acordos políticos. A nova forma de governar foi um importante impulsionador do governo e ajudou a aprovar propostas durante todo o mandato.

²⁰ Disponível em: <https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,leia-todas-as-reportagens-sobre-o-orcamento-secreto,70003719972>

²¹ Nome dado pelo *Estadão* a cobertura do caso de corrupção envolvendo o Ministro da Educação, Milton Rabelo. De acordo com arquivos revelados pelo próprio jornal, Rabelo criou um gabinete paralelo controlado por lobistas evangélicos. Eles vendiam vantagens indevidas para a obtenção do Fundo de Desenvolvimento da Educação (FNDE). Os arquivos revelam que os pastores pediam barras de ouro para consumir o negócio. Esse é um dos maiores escândalos de corrupção envolvendo o governo federal. Ao fim de pouco mais de um mês, o Milton Rabelo pediu demissão.

²² Disponível em: <https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,mec-distribuiu-biblias-de-editora-de-pastor-em-cerimonia-com-o-ministro,70004017886>

²³ Disponível em: <https://www.estadao.com.br/politica/cunhado-bolsonaro-dinheiro-vivo-mansao-clubes-tiro-cajati-sp/>

²⁴ Disponível em: <https://www.estadao.com.br/economia/governo-farmacia-popular-orcamento-secreto/>

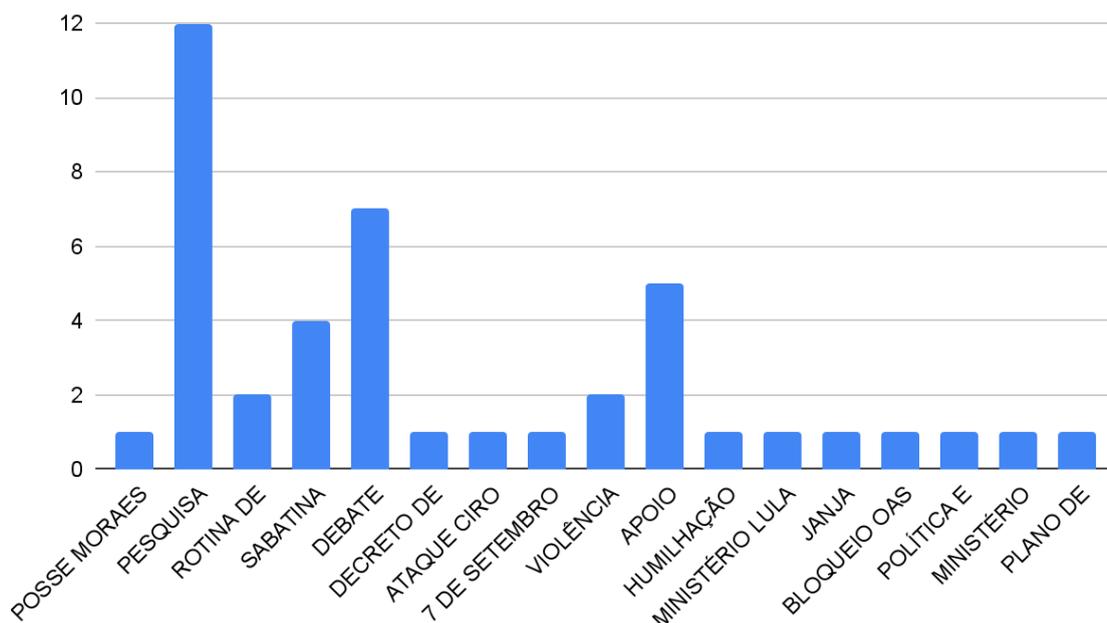
²⁵ Disponível em: <https://www.estadao.com.br/politica/governo-bolsonaro-corta-verba-contra-o-cancer-para-bancar-orcamento-secreto-em-2023/>

No dia 7 de setembro, podemos perceber uma extensa cobertura. Data das comemorações da Independência do Brasil foi importante pauta sobre o governo, pois pela primeira vez um estadista brasileiro usou a data para promoção de campanha, aparelhando o Estado. Com o perigo de uma ruptura democrática, houve intensa cobertura das manifestações de extrema direita favoráveis ao presidente e candidato, Jair Bolsonaro. O caso foi acompanhado de perto pelo *Drops*, provocando a publicação de sete matérias entre os dias 19 de agosto e 07 de setembro.

Ao atentar para as ações de campanha e os impactos no eleitorado geral do candidato podemos observar que 25% das matérias publicadas tinham como assunto os temas *Pesquisa*, *Debate* e *Apoio*. As publicações sobre pesquisa têm a maior proporção da cobertura. Ao todo 11.7% abordam o assunto e revelam como estão os candidatos na corrida à presidência da República. O segundo, versa sobre os preparativos e os impactos dos debates para as campanhas. Ao todo, 8.7% do total catalogado abordava o tema. Por fim, os apoios ganham destaque, com *reposts* de vídeos de famosos declarando votos ao candidato. Em especial, a grande maioria dessas produções são vídeos de Neymar.

Sobre a cobertura de Lula da Silva (PT) podemos observar uma produção centrada no candidato e não no ex-presidente. Foram catalogadas 42 postagens sobre o petista durante o período de análise. A maioria das matérias publicadas no período eleitoral são baseadas em assuntos que envolvem a campanha petista. Ao todo, as *Pesquisas de Intenção de Voto* apresentaram 26.4%, seguidos por *Debate*, 16.5%; *Apoio*, 11.9%; *Sabatina*, 9.5%; e *Rotina de Campanha*, 4.8%.

Gráfico 2: Contagem de temas sobre Lula da Silva publicados no Drops/Estadão



Fonte: O Autor.

Não há pauta de assuntos rotineiramente produzidos sobre o petista, como a Lava Jato²⁶. Nos dois meses de catalogação apenas uma suíte da operação da Polícia Federal foi registrada. A publicação abordava o pedido de retomada do dinheiro pago pelo apartamento do Triplex do Guarujá²⁷, famoso após a prisão do ex-presidente. Nesse sentido, mesmo tendo pouca frequência, a operação ainda é importante fator de impacto na campanha.

A maior parte das produções publicadas sobre Lula da Silva no *Drops* falam sobre as pesquisas de opinião pública. É interessante observar que esse espaço é sempre compartilhado com os outros 4 candidatos, ou, nos últimos momentos de campanha, com o principal rival (Jair Bolsonaro - PL). Um espaço que é diferente das coberturas sobre falas realizadas durante as sabatinas e os debates, cujos assuntos destacam polêmicas e contrastes.

²⁶ De acordo com Ministério Público Federal, a operação Lava Jato foi uma das maiores iniciativas de combate à corrupção e lavagem de dinheiro nos últimos anos. Baseados em Curitiba, os investigadores chegaram à conclusão que havia irregularidades em contratos da Petrobrás, símbolo nacional. Ao todo, mais de 33 partidos foram citados na investigação e quase todos os ex-presidentes investigados. O motivo do nome, pois o esquema foi descoberto a partir de um lava-jato usado para lavagem de dinheiro. Segundo policiais, há um erro proposital no nome, já que não eram lavados carros, mas jatos, pelo volume de dinheiro envolvido.

²⁷ Disponível em: <https://www.estadao.com.br/politica/lula-operacao-lava-jato-triplex-guaruja-oas-metha/>

A cobertura do jornal apresentou dois momentos importantes durante o período eleitoral: casos de violência e a composição ministerial. As eleições de 2022 foram marcadas por um grande número de casos de violência política. Na maior parte, eleitores de extrema direita atentaram contra a vida de petistas. Uma morte brutal no Ceará²⁸, e uma tentativa de assassinato no Mato Grosso²⁹ ganharam manchetes durante a coleta de dados. Casos que repercutiram e facilitaram um posicionamento enérgico do jornal³⁰.

Outro ponto que deve ser destacado é a produção de matérias sobre possíveis ministeriáveis em caso de vitória petista. Baseados nos levantamentos que apontavam a conquista da presidência por Lula da Silva, ainda no primeiro turno, publicou-se duas matérias sobre possível composição ministerial do futuro governo.

Quando analisamos a cobertura sobre Ciro Gomes (PDT) podemos perceber uma produção centrada em dois blocos: o primeiro é a rotina de campanha e o segundo são as controvérsias. Devemos destacar que o candidato pedetista é reconhecido pelo comportamento explosivo, que garante o fluxo de matérias polêmicas durante todo o período eleitoral.

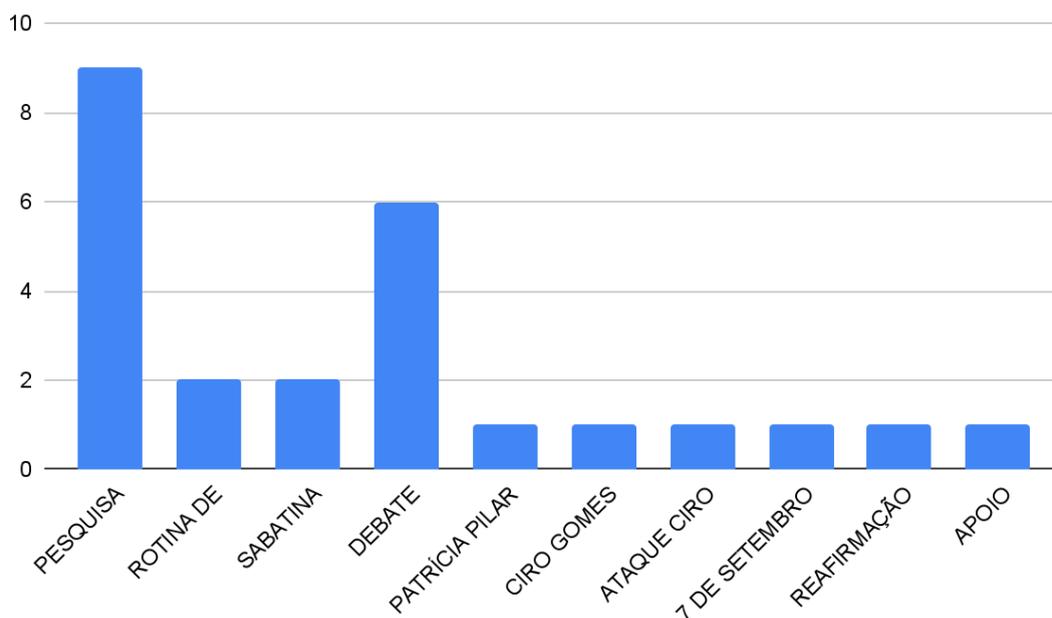
Ao todo, foram catalogadas 25 matérias durante os dois meses de campanha. Os assuntos mais tratados são *pesquisa*, com 38,5%; seguido por *debate* com 23,1%; *sabatina* e *rotina* representam cada uma 7,7% da cobertura catalogada. As polêmicas representam 15,2% da campanha e são compostas por uma matéria cada. Podemos perceber que Ciro Gomes foi um candidato pouco citado durante o período catalogado em relação a Lula da Silva e Jair Bolsonaro.

Gráfico 3: Contagem de temas sobre Ciro Gomes publicados no Drops/Estadão

²⁸ Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-63042374>

²⁹ Disponível em: <https://extra.globo.com/noticias/politica/eleitor-esfaqueado-em-mt-apoiador-de-lula-policia-negligencia-motivacao-diz-vereadora-25584226.html>

³⁰ Disponível em: <https://opinio.estadao.com.br/noticias/notas-e-informacoes,e-dever-de-bolsonaro-condenar-a-violencia,70004113061>



Fonte: O autor.

Assim como o candidato majoritário nas pesquisas, o pedetista teve cobertura centrada na campanha. Ao cobrir o debate e a sabatina, o *Drops* publicava *reposts* sobre as principais falas e temas polêmicos gestados pelo concorrente durante os programas aos quais participava. O movimento é similar ao que foi feito com outros candidatos. Entretanto, em muitos casos, não era citado o texto, aparecendo apenas com imagens ou vídeos.

Durante o período analisado, devemos destacar o caso *Patrícia Pillar*. No período das eleições presidenciais de 2002, *Ciro Gomes* afirmou que o papel da ex-esposa na campanha era “dormir com ele”³¹. O caso é sempre lembrado pela extrema-direita como forma de atacar o pedetista diretamente, vindo à tona em épocas de disputa eleitoral.

Outro momento de destaque foram as acusações constantes do candidato ao ex-presidente *Lula da Silva*. Esse posicionamento facilitou o que denominarei como “a queda de *Ciro*”. Durante a cobertura, podemos observar o efeito diluído em quatro postagens entre os dias 30 de agosto e 27 de setembro. O primeiro *post* tinha como assunto a cobrança de aluguel e ameaça de despejo da mansão que *Ciro Gomes* morava

³¹Disponível em: <https://www.estadao.com.br/politica/patricia-pillar-ciro-gomes-voto-ex-marido/>

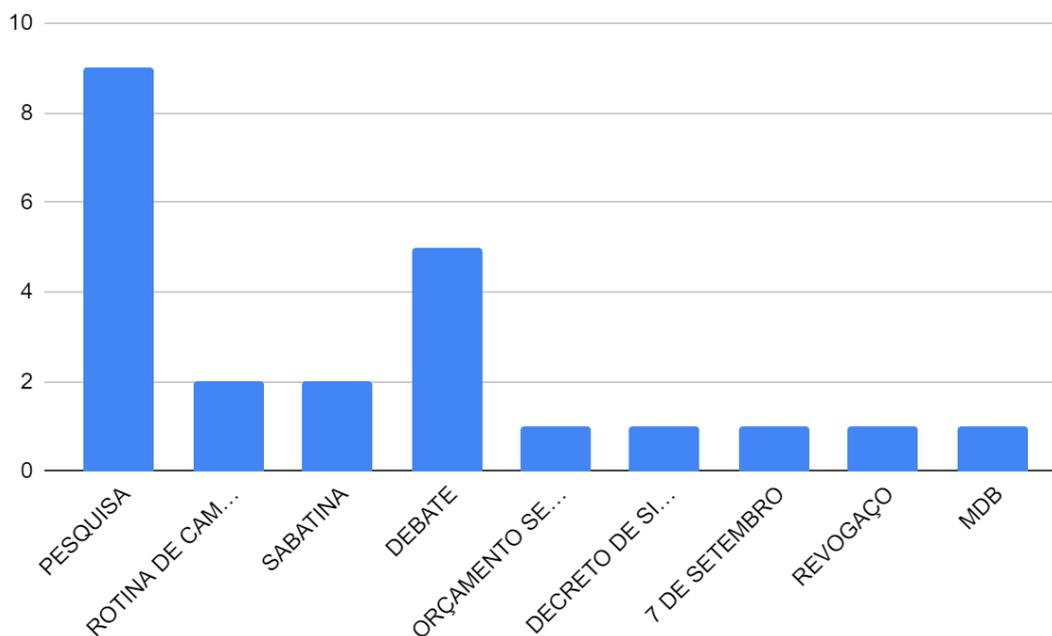
em Fortaleza, além de uma fala polêmica. O fato foi noticiado de uma forma cômica pelo *Drops*.

O segundo momento pode ser identificado pela ruptura na família Ferreira Gomes e a pressão para a desistência de campanha. Os irmãos apoiavam e faziam palanque para o petista, enquanto Ciro Gomes pouco aparecia no Ceará, estado famoso por ser reduto eleitoral do candidato. Com falas polêmicas, o ex-governador cearense fazia ataques diretos à sanidade mental de Lula da Silva, ganhando manchete nos jornais após debates.

A “cartada final” para a campanha pode ser observado pela publicação que mostra o petista reafirmando continuar na corrida eleitoral. A postagem aborda a coletiva de imprensa que Ciro Gomes concedeu no dia 27 de setembro, pouco antes do debate que seria realizado na *TV Bandeirantes*, em São Paulo. Agoniado e sufocado por pressões, a essa altura não seria possível salvar a candidatura. Nesse sentido, diferentemente do que ocorreu com Lula da Silva e Bolsonaro, a postagem *Apoio* não é algo positivo para o candidato.

Diferentemente do que ocorreu com o ex-governador cearense, Simone Tebet (MDB) chegou à corrida eleitoral fortalecida. Senadora pelo Mato Grosso do Sul, ganhou notoriedade durante a CPI da Covid, quando participou ativamente criticando o governo federal pelo mau enfrentamento da pandemia de COVID-19. Queridinha da internet, a parlamentar foi abraçada pelo *Estadão* após a queda de Sérgio Moro. Durante o período de campanha, o jornal interativo publicou três editoriais apoiando a emedebista: “Vitória do espírito democrático”; “A eleição não está decidida”; e “Um debate muito útil”.

Gráfico 4 - Contagem de temas sobre Simone Tebet publicados no Drops/Estadão



Fonte: O autor.

Ao todo, foram catalogadas 23 matérias no período eleitoral. *Pesquisa* representa 39.1% da cobertura, seguida por *Debate*, 21.7%, e *Rotina* e *Sabatina* apresentam 8.7% cada. Logo após, vemos um grande bloco formado por assuntos que representam pouco mais de 4% cada. Para melhor visualização, podemos dividir as matérias em 2 blocos: campanha e críticas.

O bloco de campanha tem a maior fatia. Nesse ambiente, estão matérias que falam sobre a rotina da candidata, pesquisas de intenção de voto e a repercussão de sabatinas e debates. Nesta última, em especial, a maior parte das publicações eram falas de impacto, polêmicas ou engraçadas que viralizaram nas RSD. O segundo bloco é relacionado a críticas diretas ao governo e ao próprio partido.

4. CONCLUSÃO

Inicialmente, acreditávamos que a atuação do *Drops* se distanciasse da tradicional cobertura do *Estadão*. A razão seria o ambiente virtual despojado e a linguagem dinâmica, abrindo espaço para a criatividade, possibilitando discursos destoantes dos defendidos historicamente pelo jornal *O Estado de São Paulo*, tradicionalmente conhecido como um órgão economicamente liberal e

sócio-politicamente conservador da burguesia paulista. O referido cenário não se confirmou, atuando em paridade com os ideais proclamados pela empresa.

Podemos concluir que as formas de produzir, consumir e transmitir o jornalismo político são entrelaçadas ao *Zeitgeist* contemporâneo: a maior parte dessas informações se baseia na espetacularização do processo político, momentos que são reforçados pela iconicidade verbal e a convergência própria desses espaços. Mesmo com a apropriação jornalística das reconfigurações tecnológicas, a atuação do jornalismo tradicional, em perspectiva sistêmica, mantém-se similar, perpetuando a defesa dos grupos que os detêm.

Concomitantemente, entender a transitoriedade torna-se essencial para delinear o futuro do jornalismo no âmbito das redes sociais digitais, especialmente no que se relaciona à produção jornalística acerca dos assuntos políticos - esta mesma participante das dinâmicas às quais busca visibilizar.

REFERÊNCIAS

ASSIS, Ingrid. **Notícias autodestrutivas**: Jornalismo no snapchat e stories do instagram. Florianópolis: Editora Insular, 2021 (e-book).

BARBOSA, A.; SENNE, F.; STORINO, F. Tic Domicílios 2022: **Coletiva de Imprensa**. Powerpoint. Disponível em: <https://cetic.br/media/analises/tic_domicilios_2022_coletiva_imprensa.pdf>. Acesso em 15 ago. 2023.

BOMFIM, Ivan; SARTOR, Basilio; MOURA VIEIRA, Karine. O embate entre o jornalismo tradicional e o The Intercept Brasil a partir do caso #InterceptNoRodaViva. In.: BOMFIM, Ivan et al. **Mídia e Zeitgeist**. Florianópolis: Insular, 2021.

CARDON, Dominique. Réseux sociaux de l'Internet. **Communication**, 1, 2011, nº 88, on-line. Disponível em: <<https://www.cairn.info/revue-communications-2011-1-page-141.htm>>. Acesso em 29 mar. 2022.

CARRO, R. Brazil. In.: **DIGITAL News Report 2023**. Reuters Institute, Oxford, 2023. p. 112. Disponível em: <<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023>>. Acesso em 15 ago. 2023.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. (e-book). Contracampo, 2003.

DIGITAL 2023: Brazil. We are social, Nova York, 2022. Disponível em: <<https://datareportal.com/reports/digital-2023-brazil>>. Acesso em: 15 ago. 2023.

FERREIRA, Petronilio. **A Terceira Via à moda da casa**: a cobertura do Drops/Estadão nas Eleições de 2022. Dissertação (Programa de Pós-graduação em Jornalismo) - Setor de Ciências

Sociais Aplicadas, Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, 2023. Disponível em:
<<https://tede2.uepg.br/jspui/handle/prefix/3851>>. Acesso em 15 jul. 2023.

GROTH, Otto. **O poder cultural desconhecido**: Fundamentos da Ciência dos Jornais. Tradução de Liriam Sponholz. Petrópolis: Vozes, 2011. p. 141-320