

UEPG – UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO
CURSO DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO

LERIANY BARBOSA TIZON

**“O QUE ESTÁ ACONTECENDO?”: UMA ANÁLISE DOS TWEETS DE
JORNALISTAS DA ÁREA POLÍTICA DURANTE AS ELEIÇÕES DE 2022**

PONTA GROSSA

2023

LERIANY BARBOSA TIZON

**“O QUE ESTÁ ACONTECENDO?”: UMA ANÁLISE DOS TWEETS DE
JORNALISTAS DA ÁREA POLÍTICA DURANTE AS ELEIÇÕES DE 2022**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado para a
obtenção de título de Bacharel em Jornalismo na
Universidade Estadual de Ponta Grossa.
Orientador: Prof^o. Ivan Bomfim.

PONTA GROSSA

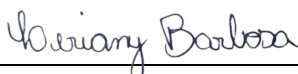
2023

**Anexo VII do Regulamento do Trabalho de Conclusão de Curso - TCC do Curso de
Bacharelado em Jornalismo
UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS
APLICADAS CURSO DE JORNALISMO
Coordenação de Projeto Experimental em Jornalismo**

**TERMO DE RESPONSABILIDADE
Declaração de Compromisso Ético com a Originalidade Científico-Intelectual**

Responsabilizo-me pela redação do trabalho intitulado “O QUE ESTÁ ACONTECENDO”:
UMA ANÁLISE DOS TWEETS DE JORNALISTAS DA ÁREA POLÍTICA DURANTE AS
ELEIÇÕES DE 2022’, atestando que todos os trechos que tenham sido transcritos de outros
documentos (publicados ou não) e que não sejam de nossa exclusiva autoria estão citados
entre aspas e está identificada a fonte e a página de que foram extraídos (se transcrito
literalmente) ou somente indicados fonte e ano (se utilizada a ideia do autor citado), conforme
normas e padrões da ABNT vigentes. Declaro, ainda, ter pleno conhecimento de que posso ser
responsabilizado legalmente caso infrinja tais disposições.

Ponta Grossa, 13 de novembro de 2023.



Lerianny Barbosa Tizon

20003867

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
CURSO DE JORNALISMO
Coordenação de Projeto Experimental em Jornalismo

(Conforme anexo IX da Resolução CEPE nº 013, de 27 de março de 2018)

ATA DE AVALIAÇÃO DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO DE JORNALISMO

Aos quatro dias do mês de dezembro do ano de 2023 nas dependências do Campus Central desta Universidade, reuniu-se a Banca Examinadora composta por:

Orientador(a): Ivan Elizeu Bomfim Pereira

Convidado(a): Gabriela Zago

Professor(a) indicado(a) pelo DeJor: Graziela Soares Bianchi

A Banca avaliou o Projeto Experimental em Jornalismo (PEJ) sob o título "“O QUE ESTÁ ACONTECENDO?”: UMA ANÁLISE DOS TWEETS DE JORNALISTAS DA ÁREA POLÍTICA DURANTE AS ELEIÇÕES DE 2022” de autoria de **Leriany Barbosa Tizon**. Após a apresentação e questionamentos realizados pelos membros da Banca, chegou-se aos seguintes resultados:

Professor(a) orientador(a), nota (10)
Convidado(a), nota (10)
Professor(a) indicado(a) pelo DeJor, nota (10)
Nota final: (10)

Resultado:

Aprovado ()


Reprovado ()

Indicado para reapresentação ()

Recomendação para veiculação () Sim () Não () Não se aplica

Observação da banca para retificação da versão final:

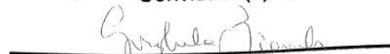
Ponta Grossa, 04 de DEZEMBRO de 2023



Professor(a) Orientador(a)



Convidado(a)



Professor(a) DeJor

**Anexo XIII do Regulamento do Trabalho de Conclusão de Curso -
TCC do Curso de Bacharelado em Jornalismo
UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS
APLICADAS CURSO DE JORNALISMO
Coordenação de Projeto Experimental em Jornalismo**

ATESTADO DO ORIENTADOR SOBRE A VERSÃO FINAL

Atesto que a versão final do Projeto Experimental de título “O QUE ESTÁ ACONTECENDO?": UMA ANÁLISE DOS TWEETS DE JORNALISTAS DA ÁREA POLÍTICA DURANTE AS ELEIÇÕES DE 2022”, realizada pelo(a) acadêmico(a) LERIANY BARBOSA TIZON, foi revisada em conformidade com as solicitações da banca examinadora registradas em ata, realizada no dia 04/12/2024, às 13h30.



Orientador

**Anexo XIV do Regulamento do Trabalho de Conclusão de Curso - TCC do Curso de
Bacharelado em Jornalismo**

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS
APLICADAS CURSO DE JORNALISMO**

Coordenação de Projeto Experimental em Jornalismo

AUTORIZAÇÃO

Cessão de Direitos Autorais para Publicação e/ou Divulgação

Ponta Grossa, 13 de novembro de 2023

Eu, Leriany Barbosa Tizon, estudante do Curso de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa, portador(a) do R.G. 7.570.403, CPF 013.844.649-05 e Registro Acadêmico 20003867, autorizo o Departamento de Jornalismo/UEPG a divulgar e disponibilizar por qualquer veículo de comunicação o produto artístico/científico intitulado desde que tal exibição ou exposição pública não resulte em nenhuma forma de ganho financeiro para nenhuma das partes envolvidas.

Assumo, para todos os efeitos e implicações, a responsabilidade pela autoria do conteúdo escrito, de áudio e visual do referido produto.



Assinatura

Ao meu avô, Antonio Pereira Barbosa, seu Índio.

AGRADECIMENTOS

Caro leitor (a), prepare-se para ler um TCC repleto de opiniões. Muitas delas não são minhas, mas sim dos jornalistas *twitteiros* (modo carinhoso no qual me refiro aos comunicadores analisados). Porém, saiba que, nesta parte, tudo o que for dito a seguir, eu assumo a culpa. Vamos ao trabalho!

Primeiramente, eu seria a pessoa mais insensível se não agradecesse já de início o meu orientador e professor, Ivan Bomfim. Sem você, não existiriam agradecimentos, afinal, um TCC precisa existir para que se possa agradecer alguém num TCC, não é mesmo. Ivan, obrigada por ter disponibilizado uma parte do seu 2022 para instruir uma estudante de jornalismo que surgiu na sala do mestrado falando sobre TCC, mesmo ela nem estando na época de fazer o trabalho. Eu sei que sou ansiosa, mas ter te escolhido como orientador, antes mesmo de ter um tema, foi importante. Está aí um dos acertos que fiz nessa graduação.

Mesmo que você só tenha me dado aulas na pandemia, eu consegui constatar o quão excepcional era como professor, isso tudo durante os encontro via Google Meet, nos quais você usava um microfone de qualidade duvidosa, que parecia ter sido comprado na Shoppe. Mas nem os chiados foram suficientes para barrar as aulas reflexivas de Teorias do Jornalismo I e Webjornalismo de Ivan Bomfim. Afinal, quando te procurei para falar de TCC, redes sociais e eleições, lembro de ter dito “você é o cara que pode me ajudar”. Saiba que eu não quis puxar saco, apenas fui sincera em minhas palavras.

Em meio as orientações e trocas de figurinhas de Lula e (a recente) do ‘tio Rei’, descobri que, além de um professor incrível, você é um cara incrível. Se eu pudesse analisar Ivan Bomfim em um enquadramento, com toda certeza seria *Mentor*, pois você me guiou, me ensinou e deu corda aos meus sentimentos de revolta em relação ao cenário eleitoral de 2022 - e, mais recentemente, ao mercado de trabalho de Ponta Grossa-PR. Que a nossa parceria acadêmica não se encerre com esse trabalho.

A segunda pessoa que eu agradeço é a primeira pessoa no meu coração: Igor Antunes Pupo, estou falando de você. Não irei te chamar pelo apelido carinhoso, porque é um pouco vergonhoso, mas saiba que, quando escrevo “Igor” ou “meu amor”, na verdade queria estar digitando *aquela* apelido. Igor, sem você, eu não estaria aqui, porque além de meu namorado/namorido, você é meu melhor amigo e a pessoa que mais me apoia. Talvez você nem saiba, mas as vezes, quando eu te abraço, eu fecho meus olhos e agradeço por ter tido a sorte de ter ao meu lado o amor da minha vida. Como já conversamos inúmeras vezes, o que nós temos é raro. Graças a você eu descobri um tema de TCC, pois se não fosse aquele

fatídico dia em que nós estávamos caminhando, próximo ao Colégio Becker, jamais teria pensado em estudar as eleições de 2022. Admito, a sua ideia inicial era muito mais legal, porém era um pouco antiética, mas o que vale é a intenção. E você, mais uma vez, me deu uma luz.

Meu amor, queria eu ter 5% da sua garra e força de vontade. Ninguém nesse mundo é mais determinado que Igor Antunes Pupo, que em uma certa época da vida chegou a fazer duas graduações, enquanto estudava para concursos. Eu sei, eu sou a pessoa mais sortuda por te ter. Se você não tivesse me segurado nas diversas vezes que caí, eu jamais teria conseguido chegar aonde estou. Eu não consigo expressar o quão grata eu sou por tudo o que você fez e, ainda faz, não só por mim, mas pela minha família. Você é a única pessoa nesse mundo que conhece a verdadeira Leryany Barbosa, por isso te amo, pois ao seu lado eu posso ser eu mesma. Igor, saiba que terminar esse TCC, depois de ter dedicado tantos meses nele, é um alívio, porém me encontro numa sinuca de bico. Qual vai ser a minha desculpa para não ter que te ajudar a fazer janta?

Agora, agradeço as quatro mulheres da minha vida, minha mãe, Leana Rebonatto Barbosa, minha avó, Elza Rebonatto Barbosa, minha irmã e eterna bebê, Fernanda Rebonatto Muniz (Nandy) e minha tia/madrinha, Adriana Cristina Rebonatto Barbosa. A essas mulheres, eu dedico a minha vida, pois graças a elas que me tornei quem sou. Obrigada tia, por sempre me acolher, aconselhar e me incentivar. Obrigada Nandy, por me deixar ser sua irmã mais velha, que apenas existe para servir de exemplo a você. Obrigada mãe, por dar o seu melhor e mostrar que tudo é possível, mesmo quando parece não ser, que nós somos suficientes apenas por sermos unidas. E por fim, obrigada vó, por ser meu lar, meu maior exemplo e por sempre dizer aos outros “a minha neta vai ser jornalista”, a senhora sabe o quanto eu sonhei por este momento, apenas... obrigada por tudo.

Por falar em mulheres incríveis, meus agradecimentos não estariam completos se não citasse minhas amigas e companheiras de chororô no pátio da UEPG Central, Ana Luiza Bertelli Dimbarre e Janaina Cassol. Sem o nosso grupo ‘Triste com T’, esses quatro anos seriam tristes e cinzas. Agradeço imensamente a minha amiga Valéria Laroca, pois a nossa amizade suporta tudo, até o sol de rachar das 13h, do Centro de Ponta Grossa. Por fim, dedico esse TCC a quem já compartilhei tanto, desde choros e risadas até fumaças de Lucky Strike. Sim, estou falando de você, futura professora universitária, Catharina Iavorski, obrigada por me ouvir e me fazer sua ouvinte nesses anos. A todas, nunca esqueçamos, que antes de tudo, somos irmãs, somos amigas, somos mulheres e futuras jornalistas.

A última pessoa que irei agradecer é justamente a quem dedico esse TCC, meu eterno avô, Antonio Pereira Barbosa. Infelizmente o senhor não está aqui para ver a sua neta se formar, mas tenho certeza que estou sendo observada e cuidada por ti diariamente. Jamais vou esquecer de quando o senhor me esperava após as aulas do cursinho pré-vestibular, em frente a Igrejinha de Uvaranas, com o seu Gol vermelho. Uma vez me disseram que eu carregava comigo o que o senhor tinha de melhor, a bondade. Isso me marcou muito, tanto que eu torço todo dia para ser verdade, para que eu tenha, ao menos, metade da sua bondade. Por isso, gosto de acreditar que o senhor está orgulhoso da sua neta. Prometo que jamais irei deixar minha educação e humildade de lado, pois sei que o senhor iria querer isso. Com isso, digo novamente, obrigada por ser mais que um avô, mas também um pai para mim.

Antes de terminar, devo agradecer a garota de 12 anos que um dia colocou na cabeça que queria ser jornalista. Leriany, se eu pudesse voltar no tempo e te alertar, eu faria isso, mas não para te impedir, jamais... porém para te dizer: não foi fácil e não está sendo fácil. Leriany, durante esses quatro anos você se mostrou capaz, determinada, forte e sortuda, porque você não esteve só. Sei que a graduação foi apenas uma etapa concluída, mas para alguém que vem de uma família que a maioria não possui ensino superior, nossa... apresentar um TCC e adquirir um diploma é muito. Por isso, te agradeço por não desistir, Leriany. Permaneça assim!

“Brazil, I’m devastated...”
(Lady Gaga)

RESUMO

O Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) analisa os enquadramentos com base nos perfis de jornalistas da área política no Twitter, durante o período que compreende o segundo turno das eleições presidenciais de 2022. Para além disso, a análise possui como base o artigo de Lee e Hamilton (2022) a fim de entender o modo com que os profissionais da comunicação constroem opiniões acerca das eleições, através de conteúdos publicados no perfil pessoal de cada um no Twitter. Metodologicamente, utiliza-se a análise de enquadramento (ENTMAN, 1993), devido à relevância de níveis cognitivos e/ou discursivos expressados na rede social em questão para identificar o modo com que os jornalistas especializados na área se referem aos candidatos à presidência e ao cenário político. O estudo utilizou como base de dados os conteúdos publicados por nove jornalistas políticos brasileiros, que compreende os dias 03 e 30 de outubro de 2022. Desses, os quadros de sentidos tiveram como base os compartilhamentos de quatro jornalistas, com base nos critérios de análise. Portanto, a pesquisa demonstra que há mudanças na atuação das práticas jornalísticas, ao ver os profissionais da comunicação utilizando os meios digitais para se conectarem de modo independente com seus seguidores. Neste sentido, a bagagem teórica relaciona os conceitos de Bourdieu (1983; 1989), referente aos *habitus* e *ethos*, incorporados no campo jornalístico, que permeiam a representação da identificação do jornalista político no Twitter, diante do cenário analisado.

Palavras-chave: Práticas jornalísticas; Ambiente digital; Twitter; Eleições.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

TABELA 1 - Jornalistas da área política com mais seguidores no Twitter.....	43
FIGURA 1 - Nuvem de palavras dos termos mais citados por Alexandre Garcia no Twitter..	54
TABELA 2: Chaves gerais dos <i>tweets</i> de Alexandre Garcia sobre Jair Bolsonaro.....	55
TABELA 3 - Chaves gerais dos <i>tweets</i> de Alexandre Garcia sobre Lula.....	56
TABELA 4 - Chaves gerais dos <i>tweets</i> de Alexandre Garcia sobre o cenário político.....	56
IMAGEM 1 - Print do <i>tweet</i> de Alexandre Garcia sobre a descredibilização das pesquisas eleitorais.....	57
IMAGEM 2 - Print do <i>tweet</i> de Alexandre Garcia sobre venda de curso.....	58
FIGURA 2 - Nuvem de palavras dos termos mais citados por Augusto Nunes no Twitter.....	60
TABELA 5 - Chaves gerais dos <i>tweets</i> de Augusto Nunes sobre Jair Bolsonaro.....	61
IMAGEM 3 - Print do <i>tweet</i> de Nunes sobre as pesquisas eleitorais.....	62
TABELA 6 - Chaves gerais dos <i>tweets</i> de Augusto Nunes sobre Lula.....	63
TABELA 7 - Chaves gerais dos <i>tweets</i> de Augusto Nunes sobre o cenário eleitoral.....	63
FIGURA 3 - Nuvem de palavras com base no Twitter de Bergamo, durante o segundo turno das eleições de 2022.....	66
IMAGEM 4 - Print do <i>tweet</i> de Bergamo sobre o tópico “pintou um clima”, dito por Bolsonaro durante entrevista.....	67
TABELA 8 - Chaves gerais dos <i>tweets</i> de Mônica Bergamos sobre Bolsonaro.....	68
TABELA 9 - Chaves gerais dos <i>tweets</i> de Mônica Bergamos sobre Lula.....	69
TABELA 10 - Chaves gerais dos <i>tweets</i> de Mônica Bergamos sobre o cenário eleitoral.....	70
FIGURA 4: Nuvem de palavras com base no Twitter de Azevedo, durante o segundo turno das eleições de 2022.....	73
TABELA 11 - Chaves gerais dos <i>tweets</i> de Reinaldo Azevedo sobre Jair Bolsonaro.....	74
TABELA 12 - Chaves gerais dos <i>tweets</i> de Reinaldo Azevedo sobre Lula.....	75
TABELA 13 - Chaves gerais dos <i>tweets</i> de Reinaldo Azevedo sobre o cenário político.....	76
IMAGEM 5 - Print dos <i>tweets</i> de Azevedo sobre a postura de Ciro Gomes no segundos turno de 2022.....	77
IMAGEM 6 - Print do <i>tweet</i> de Bergamo anunciando possível aliança entre Lula e Tebet.....	80
IMAGEM 7 - Print do <i>tweet</i> de Azevedo sobre as meninas venezuelanas.....	81
IMAGEM 8 - Print do <i>tweet</i> de Azevedo sobre ataque de bolsonaristas contra idosos.....	82
IMAGEM 9 - Print do <i>tweet</i> de Bergamo sobre a desvalidação de alguns políticos sobre as pesquisas eleitorais.....	84
IMAGEM 10 - Print do <i>tweet</i> de Garcia sobre o cenário eleitoral confuso.....	84
IMAGEM 11 - Print do <i>tweet</i> de Azevedo sobre o processo de desinformação da época.....	85
IMAGEM 12 - Print do <i>tweet</i> de Bergamo sobre a disseminação de <i>fake News</i>	86

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	14
2. NOVIDADE: O TWITTER E AS PRÁTICAS JORNALÍSTICAS.....	19
2.1. VEJA: JORNALISTAS SE APROPRIAM DE FERRAMENTAS DO TWITTER.....	21
2.2. CONFUSÃO: QUAL A IDENTIFICAÇÃO DO JORNALISTA?.....	27
3. CURIOSO: HABITUS E ETHOS PARA O JORNALISMO DIGITAL.....	31
3.1. INTERESSE: RELAÇÃO ENTRE CAMPO JORNALÍSTICO E POLÍTICO NA ERA DIGITAL.....	34
3.1.2. Feat: união dos campos no meio digital.....	37
4. ATENÇÃO: PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	41
4.1. VAZARAM: DADOS COLETADOS.....	46
4.2. HISTÓRICO: PESQUISA BIBLIOGRÁFICA.....	50
5. HITARAM: JORNALISTAS SOLTAM O VERBO NO TWITTER.....	52
5.1. ENQUADRAMENTOS DO SEGUNDO TURNO, POR @ALEXANDREGARCIA....	52
5.1.1. Vendendo o peixe.....	53
5.1.2. Bolsonaro, Lula e o cenário eleitoral, por @alexandregarcia	54
5.2. ENQUADRAMENTOS DO SEGUNDO TURNO, POR @AUGUSTONUNES.....	58
5.2.1. Rebelião contra injustiças.....	59
5.2.2. Bolsonaro, Lula e cenário eleitoral por @augustonunes.....	61
5.3. ENQUADRAMENTOS DO SEGUNDO TURNO, POR @MONICABERGAMO....	65
5.3.1. As eleições e suas contradições.....	65
5.3.2. Bolsonaro, Lula e cenário eleitoral por @monicabergamo.....	68
5.4. ENQUADRAMENTOS DO SEGUNDO TURNO, POR @REINALDOAZEVEDO....	71
5.4.1. Fale bem ou fale mal, mas fale de mim.....	73
5.4.2. Bolsonaro, Lula e cenário eleitoral por @reinaldoazevedo.....	74
5.5. O “X” DA QUESTÃO.....	78
5.5.1. Molduras sobre os candidatos.....	79
5.5.2. Molduras sobre o cenário eleitoral.....	81
5.6. PARA ALÉM DE UMA REDE SOCIAL.....	87
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	90
7. REFERÊNCIAS.....	95
APÊNDICE A - RELATÓRIO ANALÍTICO.....	101
ANEXOS A - CONTEÚDOS DE ALEXANDRE GARCIA NO TWITTER.....	107
ANEXOS B - CONTEÚDOS DE AUGUSTO NUNES NO TWITTER.....	108
ANEXOS C - CONTEÚDOS DE MÔNICA BERGAMO NO TWITTER.....	109
ANEXOS D - CONTEÚDOS DE REINALDO AZEVEDO NO TWITTER.....	117

1. INTRODUÇÃO

O Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), elaborado em formato de monografia, utiliza como base o artigo "*Ancorado no passado, twittando do presente: viés cognitivo nas escolhas de palavras dos jornalistas*", de Lee e Hamilton (2022), que foca na campanha presidencial dos EUA de 2016. Com isso, o tema busca analisar os perfis de jornalistas brasileiros especializados em política no Twitter, de acordo com as publicações feitas durante o período que antecede os resultados do segundo turno das eleições presidenciais de 2022. Para isso, a pesquisa verifica os *tweets* de jornalistas selecionados, entre os dias 03 a 30 de outubro. De modo mais específico, o estudo observa a atuação dos profissionais da comunicação especializados em política, com base no modo que eles atuam em seus perfis pessoais no Twitter (atual X).

No decorrer da pesquisa, trabalhou-se com as discussões referentes às práticas jornalísticas no ambiente digital, em que "o jornalismo precisa ser compreendido para além de suas fronteiras tradicionais institucionais e organizacionais" (DEUZE, WITSCHGE, 2016, p. 10). Uma vez que o jornalista não é visto somente como um repórter e/ou um fotojornalista, ele é tudo isso e mais um pouco. Para Lucena (2020, p. 31), as práticas jornalísticas atuais deixam de ser estáveis e sólidas. Diante do jornalismo incorporado no ambiente digital, a autora também afirma que "o engajamento nas redes sociais da internet e o uso dos dispositivos móveis são algumas mudanças que provocaram adaptações nos trabalhos" (LUCENA, 2020, p. 76).

No mais, questões sobre as formas em que os jornalistas brasileiros especializados em políticas socializam no Twitter são destacadas no decorrer da pesquisa. Pois, de acordo com Lee e Hamilton (2022), o engajamento dos comunicadores no Twitter ocorre devido às opiniões e comentários, o que contribui para um jornalismo mais individual, espontâneo e até mesmo humorístico por parte dos profissionais que usam a rede social em questão como uma espécie de *microblog*.

Neste caso, o objeto de estudo são as contas do Twitter de jornalistas da área política do Brasil, com base no compartilhamento de *tweets* e *retweets*, sejam com comentários ou não, dos profissionais especializados na área que possuem relevância no cenário nacional. A escolha do Twitter como parte constituinte do objeto de estudo ocorreu, uma vez que tal rede social possui a capacidade de tornar-se palco de debate público.

Logo, a plataforma mostrou-se pertinente para analisar as postagens dos jornalistas durante o segundo turno eleitoral de 2022. Durante a elaboração do trabalho, criou-se

interpretações de como os profissionais agem quando passam de pessoas para interagentes, que neste caso são os membros que compõem o processo interativo (PRIMO, 2007).

O objeto teórico da pesquisa é o jornalismo político, visto que os estudos focam nas eleições de 2022 para presidente do Brasil. Neste sentido, mostra-se relevante conceituar o campo político através de conceitos abordados por Pierre Bourdieu, que relaciona-o com o poder simbólico (1983). Como o foco da análise é o período eleitoral, um dos autores que contribui, de modo prévio, para discutir sobre o objeto teórico será Rubim (2002). Neste sentido, os estudos pretendem tratar da visibilidade que os candidatos à presidência do Brasil tanto buscam no período eleitoral.

Destaca-se que o Twitter, mais especificamente os perfis de jornalistas da área política, é o objeto empírico do trabalho. Pois, diante da pesquisa prévia, constatou-se que o jornalismo político atua ativamente nesta rede social. Conforme López-Rabadan e Mellado (2019), os jornalistas veem no Twitter um espaço comunicativo íntimo e sem amarras. “Em particular, eles se sentiram mais livres para expressar opiniões pessoais e, em menor medida, oferecer detalhes sobre seu dia a dia profissional e divulgar conteúdos gerados por outros usuários” (LÓPEZ-RABADAN, MELLADO, 2019, p. 5)¹.

A pesquisa monográfica utiliza da análise de enquadramento, com base em conceitos elaborados por Robert Entman (1993), para configurar padrões entre os jornalistas que irão compor os resultados finais. O estudo também foca nos enquadramentos - ou quadros - sociais, que visam “compreender os acontecimentos e analisar as vulnerabilidades especiais a que estão sujeitos estes quadros de referência” (GOFFMAN, 2012. p. 33).

Além da análise de enquadramento, o estudo também faz uso da pesquisa quantitativa que, inicialmente, se propôs a reunir os dados das contas pessoais de nove jornalistas brasileiros especializados em política no Twitter. Questões como: quais dos perfis realmente tweetam; quais dos jornalistas utilizam o Twitter apenas para compartilhar material jornalístico próprio; quantos interagem e de que forma interagem foram verificadas.

Os critérios de seleção dos jornalistas foram os seguintes: 1) o(a) jornalista ser reconhecido como especialista em política brasileira; 2) ter a rede social e ser ativo - não conter tweets que ultrapassem o período de um ano; 3) possuir uma base expressiva de seguidores; O tópico três resultou em uma tabela com 15 profissionais, ordenada por quantidade de seguidores. Com isso, a pesquisa optou por analisar somente os jornalistas com

¹ Texto original: “In particular, they felt freer to express personal opinions and, to a lesser extent, offer details about their professional day-to-day and share content generated by other users” (LÓPEZ-RABADAN, MELLADO, 2019, p. 5).

mais de 1 milhão de seguidores para a primeira parte da análise, que consiste em dados quantitativos. De forma decrescente, os jornalistas são: Alexandre Garcia; Miriam Leitão; Augusto Nunes; Mônica Bergamo; Guga Chacra; Rachel Sheherazade; Reinaldo Azevedo; Andréia Sadi; Ricardo Noblat.

A outra fase da pesquisa, que consiste em aplicar a análise de enquadramento, reduziu o número de jornalistas da área para quatro, sendo Alexandre Garcia, Augusto Nunes, Mônica Bergamo e Reinaldo Azevedo. Com isso, os *frames* destacados serão com base somente nesses profissionais, visto que eles opinam de modo pluralizado sobre os candidatos e o cenário eleitoral da época. Sendo que, pelos menos um deles possui viés político, ou de direita² ou de esquerda, que tende ser favorável a Luiz Inácio Lula da Silva (PT) ou a Jair Messias Bolsonaro (PL). Na parte qualitativa, também são aplicados os embasamentos teóricos-conceituais referente às práticas jornalísticas adotadas pelos profissionais, mesmo no momento em que não estão atuando.

A análise qualitativa usa como base os estudos de Bourdieu (1983; 1989), referente ao *habitus* e *ethos*. Com isso, a pesquisa relaciona o *habitus*, que são as reproduções das condições sociais ao qual o indivíduo está inserido (BOURDIEU; 1983, p. 140), com o conjunto de princípio práticos, relacionado a ética de parte de cada um (BOURDIEU, 1983, p. 139). Para isso, são constituídos enquadramentos sociais de cada jornalista da área política, selecionada para a realização da pesquisa, com base nos *tweets* compartilhados durante o segundo turno das eleições presidenciais de 2022.

Demais autores serviram como estado da arte para a elaboração deste trabalho, como: Bloom *et. al* (2015), Caselli e Pimenta (2011), Ferreira (2019), Hermida (2010), Lucena (2020), Luz (2023), Marta-Lazo e Garcia-Idiakez (2014)), Primo (2007), Recuero (2009), Santaella e Lemos (2010), Zago (2011). Tais artigos e trabalhos de conclusão de curso ajudaram a refletir sobre o atual objeto de estudo, além de embasar teoricamente o desenvolvimento da pesquisa a fim de encontrar uma resposta pertinente que responda, de modo satisfatório, o problema evidenciado e que motiva a realização análise perante as práticas adotadas pelos jornalistas da área política no Twitter, durante o segundo turno das eleições presidenciais de 2022.

² Com origem na Revolução Francesa, os termos “direita” e “esquerda”, em que opositores dividiram-se em dois grupos na Assembleia Constituinte, para redefinir o Estado da França. “Assim, diante das divergências entre radicais e moderados, surgiram os termos conhecidos como esquerda, designando aqueles que lutam pelos direitos sociais e dos trabalhadores, e direita, designando aqueles que acreditam no tradicionalismo e se preocupam principalmente com os direitos da elite” (BARROSO, 2016).

Para além, como a mídia social não é somente um tipo de tecnologia, mas também um fluxo de informação que ocorre nas redes sociais, interpreta-se que, mesmo que o jornalista use o Twitter como um blog pessoal, a imagem profissional continua sendo o destaque. Afinal, as pessoas tendem a seguir o jornalista por ele ser um jornalista e não por ser uma pessoa comum. Sendo assim, surgiu a curiosidade de verificar a forma que os jornalistas se referem aos candidatos à presidência do Brasil, que disputaram o segundo turno das eleições de 2022. Pois, se eles estão de fato sendo mais informais e opinativos em suas redes sociais, a tendência é que eles falem de candidato a ou b sem amarras. Neste sentido, o problema que orienta a pesquisa é: Como o Twitter impacta a atuação dos jornalistas, principalmente aqueles que cobrem a política brasileira?

A monografia tem como objetivo geral analisar como os jornalistas especializados em política constroem enquadramentos de sentidos acerca do segundo turno das eleições presidenciais de 2022 a partir de seus perfis pessoais. De modo específico, o estudo pretende: a) identificar como os jornalistas representam os dois candidatos que disputaram o cargo de presidente durante o segundo turno das eleições de 2022 no Twitter; b) observar as maneiras pelas quais os jornalistas explicam o contexto político no Brasil ao longo do segundo turno das eleições; c) Investigar a apropriação das lógicas e processos relativos ao Twitter pelos jornalistas ao longo do segundo turno das eleições presidenciais de 2022.

Ao tratar das mídias sociais digitais enquanto ambiência, notou-se apropriações do jornalismo a fim de veicular conteúdos cada vez mais multimidiáticos, hipertextuais, informais e participativos, conforme destacam Carvalho e Barichello (2017). O que interessa, também, neste assunto, é a questão da autorreferencialidade, adotada não somente pelo campo jornalístico de modo semelhante pelos jornalistas. Para a presente pesquisa, tal ponto é visto como a maneira selecionada pelo profissional da comunicação para se aproximar cada vez mais do público, ao abordar determinadas pautas sobre os candidatos à presidência nas eleições de 2022, com o objetivo de interpretá-las e compartilhá-las nas redes sociais, ao invés de colunas, seja em jornais ou blogs.

O interesse pessoal ocorreu após ver o modo em que o jornalista Reinaldo Azevedo³ se referia ao então candidato Lula (PT) em sua conta do Twitter. O que chamou a atenção da pesquisadora foi a mudança de discurso de Azevedo. Pois o jornalista de certa forma compartilha falas nas quais apoiavam a candidatura do atual presidente Lula. O que se mostrou irônico, uma vez que Reinaldo Azevedo era um dos porta-vozes favoráveis ao

³ O jornalista Reinaldo Azevedo é colunista do UOL e da Folha de S. Paulo e também apresenta o programa radiofônico *É da coisa*, da BandNews FM.

impeachment da ex-presidenta Dilma Rousseff, além de já ter sido um *anti-petista* assumido. O mesmo jornalista foi o criador do termo “*petralha*”⁴, além de publicar duas sequências do livro “*O País dos Petralhas*”. Com isso, surgiu o interesse em verificar se os demais jornalistas também expressam as mudanças de opiniões e viés partidários nos perfis pessoais do Twitter.

Para a sociedade, a pesquisa busca interpretar a construção de enquadramentos sociais com base nos *tweets* dos jornalistas, conforme a realidade da política brasileira, visto que, mesmo em seus perfis pessoais nas redes sociais, os jornalistas seguem sendo jornalistas. Pois, a figura profissional não se desvincula da pessoal. Ao acompanhar alguns dos perfis de jornalistas da área política no Twitter, no decorrer das eleições de 2022, constatou-se que a proximidade entre o profissional e seguidor é um aspecto notório na plataforma.

Outro aspecto que causou interesse no desenvolvimento da análise, que a pesquisa também busca entender, é a maneira em que os profissionais da área se dedicam ao utilizarem a conta pessoal do Twitter para opinar sobre os candidatos à eleição presidencial de 2022 de modo mais informal. Pois, percebeu-se que os perfis de jornalistas da área política possuem mais engajamento do que os perfis dos veículos nos quais trabalham - sobre questões de comentários, curtidas e *retweets*. Logo, os questionamentos e interesses servem para nortear o rumo da presente pesquisa, a fim de abordar conceitos teóricos em consonância com a análise aplicada. Para, por fim, destacar a atuação do jornalista da área política conforme os moldes da rede social Twitter, mas que tenta não deixar o profissionalismo de lado.

Para orientar o(a) leitor(a), destaca-se que o segundo capítulo trata do Twitter diante das práticas jornalísticas, enquanto o terceiro capítulo aborda a relação do *habitus* e *ethos* para o jornalismo digital, tal qual a fusão dos campos político e jornalístico. O quarto capítulo do trabalho explica o passo a passo dos procedimentos metodológicos utilizados pela pesquisa. Após a explicação da metodologia e do levantamento de dados, apresenta-se o quinto capítulo, que trata da análise de enquadramento com base nos perfis dos jornalistas especializados em política brasileira. Para finalizar, o sexto capítulo destaca as considerações finais encontradas com a elaboração do trabalho.

⁴ O termo busca insultar as pessoas que são filiadas ao Partido dos Trabalhadores.

2. NOVIDADE: O TWITTER E AS PRÁTICAS JORNALÍSTICAS

Criado em 2006 por Jack Dorsey, Evan Williams, Biz Stone e Noah Glass, o Twitter⁵ tinha como objetivo compartilhar em tempo real mensagens curtas que, inicialmente, não passavam de 140 caracteres. Desde 2017, a rede social aumentou o número de caracteres por postagens, passando para 280. Inicialmente, o Twitter, que já foi chamado de ‘twtr’, era utilizado por funcionários da empresa de podcasting Odeo Inc, localizada em São Francisco, Estados Unidos. Porém, desde 2007, ele passou a ser de uso público. Logo, o Twitter foi pensado para ser como uma ferramenta em que as pessoas pudessem compartilhar informações sobre o que estavam fazendo durante o dia, tais quais os SMS (*short message service*), servindo como um *microblog*. Para Soares (2012), “o poder de influência deste compartilhamento de informações afirma o potencial do serviço. Esta influência faz com que os usuários estejam tão envolvidos com o sistema a ponto de criarem apropriações e aplicativos para aperfeiçoar a ferramenta” (SOARES, 2012, p. 28).

O Twitter percorreu um longo trajeto até chegar a rede social que é hoje, muitos acontecimentos tiveram repercussão nesse meio, muitas brigas foram criadas e muitos debates foram trazidos à tona, para no fim, um bilionário, com mais de 50 anos, resolver adquirir a rede social por US\$ 44 bilhões. Elon Musk comprou a plataforma no dia 25 de abril de 2022 e, desde então, a rede social passa constantemente por alterações. O passarinho azul já não existe mais, e agora a marca ‘X’ é a logo oficial. A rede social não se chama mais Twitter, porém, para esta pesquisa, tal termo continua sendo utilizado, visto que o recorte temporal faz menção a época em que a rede social ainda era nomeada de tal modo.

O Relatório Global Digital 2023⁶, realizado pelas agências Meltwater e We Are Social, revelou que, até julho de 2023, cerca de 556 milhões de perfis utilizavam o Twitter no mundo. Já no Brasil, tal número chegou a 24,3 milhões de usuários⁷, o que torna a rede social a nona mais utilizada pelos brasileiros. Os dados servem para refletir como o público continua sendo ativo na plataforma, mesmo após as diversas mudanças impostas com a compra da rede social realizada por Musk.

Hermida (2010) classificou o Twitter como uma tecnologia de mídia que permite e amplia a capacidade de comunicação, por meio de compartilhamentos instantâneos, algo que ele denomina de ‘*microblog*’. Apesar dos estudos de Hermida serem da década passada, eles

⁵ Atualmente, o Twitter tem como logo o ‘X’, devido a uma mudança que Elon Musk, CEO da rede social, resolveu fazer em julho de 2023.

⁶ Verificar relatório: <https://wearesocial.com/uk/blog/2023/01/the-changing-world-of-digital-in-2023/>.

⁷ Humanos ou não humanos, uma vez que redes sociais, como o Twitter, podem ser utilizadas por bots ou uma única pessoa que faz uso de mais de um perfil.

servem para entender como os jornalistas se renderam à rede social. Pois fazer parte de um meio virtual, com grande potencial de engajamento e compartilhamentos de informações em massa, atrai qualquer um, principalmente o profissional da comunicação. Com a expansão da rede social, o jornalista se adequou e aceitou rapidamente a plataforma, principalmente para distribuir notícias de modo ágil (FARHI, 2009 apud HERMIDA, 2010. p. 3).

Se para Hermida (2010) a plataforma, agora de Elon Musk, pode ser vista como um sistema de conscientização, logo, estaria o jornalista especializado na área política dando espaço às ‘vozes’ da sua consciência ao opinarem sobre os candidatos e o segundo turno eleitoral de 2022 através do Twitter? Questões que serão abordadas no tópico a seguir.

Ainda sobre a discussão referente ao Twitter, Santaella e Lemos (2010), compreendem-o da seguinte forma:

O Twitter serve como um meio multidirecional de captação de informações personalizadas; um veículo de difusão contínua de ideias; um espaço colaborativo no qual questões, que surgem a partir de interesses dos mais microscópicos aos mais macroscópicos, podem ser livremente debatidas e respondidas (SANTAELLA, LEMOS, 2010, 66).

Apesar dessa rede social em questão pertencer a mídia social móvel, ela consegue se destacar dos demais meios, como o Facebook. Por exemplo, o Twitter tem potencial para catalisar novos processos de inteligência coletiva ao incorporar “uma ecologia complexa de veiculação de ideias” (SANTAELLA, LEMOS, 2010, p. 67). Tal processo ocorre devido a interação que a plataforma oferece aos seus usuários. O que precisa se ter em mente, é que “na era das mídias sociais, a ênfase não é mais na informação que nós buscamos, mas sim na informação que recebemos através das nossas conexões sociais” (SANTAELLA, LEMOS, 2010, p. 93).

Por isso, a forma pela qual o Twitter atrai o jornalista, principalmente o profissional especializado na área política, mostra ser um grande potencial de estudo. Pois, em muitos casos, o jornalista prefere tecer comentários sobre determinado candidato político em seu perfil do Twitter, ao invés de publicar um artigo de opinião em uma coluna. Fator que mostra o quanto o profissional da comunicação precisa estar engajado para fazer parte das conexões estabelecidas na rede social. Mesmo que ele já possua uma carreira consolidada no jornalismo, o comunicador ainda precisa criar laços com seus seguidores, para se fazer presente no âmbito em questão.

Lee e Hamilton (2022), autores do artigo que inspirou a pesquisa em questão, citam que a atuação dos jornalistas no Twitter ocorre devido às opiniões e comentários. Pois, mesmo que tal rede social seja útil para verificar as alegações de candidatos por meio de hiperlinks e

demais fontes, os jornalistas preferem expressar análises ao invés de abordar tópicos factuais. “Apenas 15% dos tweets dos jornalistas incluíam alguma forma de verificação de fatos e apresentação de evidências” (LEE, HAMILTON, 2022, p. 5)⁸.

Nesta lógica, Lee e Hamilton (2022) afirmam que os jornalistas que cobrem as eleições em tempo real, tendem a fazer publicações no Twitter com mais emoção e certeza sobre o cenário político. “A ênfase do Twitter na velocidade e no ambiente cultural informal pode levar ainda mais os jornalistas a confiar em heurísticas e emoções” (LEE, HAMILTON, 2022, p. 1)⁹. Com isso, observa-se que as atitudes dos profissionais em seus próprios perfis mostram-se mais presentes e opinativos, entretanto não deixam de informar.

Para Mellado e Hermida (2023), os jornalistas utilizam as redes sociais para diferentes fins, principalmente no Twitter, onde eles divulgam trabalhos e realizações profissionais por meio de postagens textuais baseadas em eventos e compreensões diante do contexto ao qual estão relacionados, como, por exemplo, o campo político. Com isso, considera-se quase impossível separar o “pessoal” do “profissional” quando se trata da autoidentidade (MELLADO, HERMIDA, 2023, p. 7), ainda mais quando se trata da atuação do comunicador no Twitter.

2.1. VEJA: JORNALISTAS SE APROPRIAM DE FERRAMENTAS DO TWITTER

As redes sociais estão cada vez mais presentes no âmbito profissional, pois ao usar tais mídias, o jornalismo precisa de adaptar a um ambiente com linguagem e características próprias (CARVALHO, BARICHELLO, 2017, p. 773). Nota-se que, com a inserção do meio jornalístico nas redes sociais, o entretenimento e as notícias unem-se um ao outro, visto que “os próprios veículos de comunicação veem nas redes sociais, novas ferramentas de trabalho, da produção à distribuição de conteúdo noticioso” (COSTA, CARVALHO, 2021, p. 10).

Conforme Recuero (2009), é necessário estudar as redes sociais para compreender os padrões de conexões expressos no ciberespaço. “É explorar uma metáfora estrutural para compreender elementos dinâmicos e de composição dos grupos sociais” (RECUERO, 2009, p. 22). Pois a rede social é um conjunto de dois elementos: atores (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas conexões (interações ou laços sociais).

Os seres humanos sentem necessidade de criar conexões, principalmente nas mídias sociais digitais, uma vez que “as redes são definidas por seu caráter horizontal, desprovido

⁸ Texto original: “Only 15% of journalists' tweets included some form of fact-checking and presenting evidence” (LEE, HAMILTON, 2022, p. 5).

⁹ Texto original: “Twitter’s emphasis on speed and informal cultural milieu can further lead journalists to rely on heuristics and emotions” (LEE, HAMILTON, 2022, p. 1).

de uma hierarquia rígida. [...] Em geral, são formados a partir de interesses, temas e valores compartilhados, mas sem a força das instituições e com uma dinâmica de interação específica” (MARTINO, 2014, p. 55). Quando um usuário começa a acompanhar o perfil de uma figura pública no Twitter, é porque ele vê interesse no que se é compartilhado por aquele perfil.

Para Martino (2014), tal interação nas redes sociais trata, não somente de relação entre indivíduos, mas de uma *relação* entre *relações*, que lida com dinâmicas fluidas e flexíveis (MARTINO, 2014, p. 57-58). O mesmo ocorre com os seguidores dos jornalistas especializados na área política, existe um interesse ao querer seguir algum jornalista no Twitter, seja porque ele possui uma opinião semelhante ao do seguidor ou porque ele representa o veículo jornalístico no qual o seguidor está acostumado a acompanhar. Pois, “uma rede é formada por *atores* que, por sua vez, se ligam em *nós*” (MARTINO, 2014, p. 57).

Compreende-se que não é somente de informação que as redes sociais vivem, mas também de opiniões. Ao opinar sobre algum candidato, o jornalista da área política dá espaço para que os receptores possam interferir ativamente nas discussões, em tempo real. Francisco (2010) aborda os tipos de participação social no Twitter:

Da mesma forma, o leitor tem de passar os olhos sobre a primeira página de um jornal físico para chegar à seção de quadrinhos, a maioria dos usuários do Twitter vão ser expostos a vários bocados de notícias. Deste modo, muitas pessoas podem presenciar diversas conversas e também participar em tópicos que de outra forma não poderiam. Isso pode influenciar o modo como as pessoas disseminam informações, como elas transformam-nas, com quem conversam e o que dizem (FRANCISCO, 2010, p. 201-202).

Conforme Valente e Silva (2010), o Twitter é um dos principais meios de propagação de mensagem, até mesmo para os candidatos. Para Zago (2011), a plataforma é utilizada pelos jornalistas como um meio para difundir informações, ao invés de trocas de mensagens (ZAGO, 2011, apud SOARES, 2012, p. 11). O interessante dessa rede social é que os “usuários com maior número de seguidores exercem maior influência na rede na medida em que as mensagens que enviam têm o potencial de atingir mais usuários e mais redes” (ZAGO, 2011, p. 65). Devido a isso, a pesquisa focou em jornalistas da área política com mais de 1 milhão de seguidores, visto que eles são influentes e conseguem criar um debate e engajamento voltado ao segundo turno eleitoral de 2022.

Outro artigo de Zago (2012) aborda, mais especificamente, o uso do Twitter como ferramenta jornalística, em que os próprios usuários repassam informações.

Embora não prevista inicialmente, a utilização do Twitter como ferramenta para o jornalismo tem aos poucos se consolidado em decorrência da versatilidade de seu

sistema de publicação, em parte resultante de sua limitação de tamanho a cada atualização e do caráter de rede social da ferramenta, o que a torna propícia para a circulação de informações (ZAGO, 2012, p. 254).

Vale destacar que os jornalistas também estão na categoria de usuários. Entretanto, os estudos de Zago (2012) não mencionam o papel do jornalista nesse meio, mas ajudam a compreender o fenômeno que a rede social proporciona para a propagação de informação, uma vez que o “Twitter ganha relevância na medida em que o caráter de rede social da ferramenta possibilita que atualizações sejam enviadas para um grande número de seguidores” (ZAGO, 2012, p. 255).

Bloom *et al.* (2015), entendem que tal rede social “opera da mesma forma que a mídia de massa tradicional, ou seja, um único remetente e um grande número de receptores” (BLOOM *et al.*, 2015, p. 344)¹⁰. O interessante do artigo é a conclusão de que muitos jornalistas não dialogam com seus seguidores por meio do Twitter, pois esses profissionais usam a rede social para uma comunicação unidirecional (BLOOM *et al.*, 2015, p. 353). Essa é uma das questões que guia a presente pesquisa, visto que é de interesse observar quais são as ferramentas de interatividade que os comunicadores usufruem na plataforma, como por exemplo, o ato de comentar algum *tweet*, que é uma dessas ações.

Spyer *et. al* (2009) refletem sobre os discursos democráticos que surgem nessa rede social, devido a interatividade. “Tendo como objetivo justificar, convencer, apoiar ou denunciar ações que os seus usuários julguem necessários para o debate em sociedade (SPYER *et. al*, 2009 apud PEREIRA *et. al*, 2019, p. 6). Pois, o Twitter é utilizado pelos jornalistas como fonte de informação ou canal de promoção de conteúdo (PEREIRA *et. al*, 2019, p. 2). Além de que a agilidade é um fator interessante para o uso da rede social como ferramenta de trabalho para os jornalistas, uma vez que “a comunicação ágil da plataforma permite que, minuto a minuto, sejam dadas novas informações aos usuários” (PEREIRA *et. al*, 2019, p. 9). Com isso, ao reunir todos os fatores citados anteriormente, entende-se, previamente, o motivo para analisar as práticas jornalísticas voltadas a essa plataforma.

Pereira *et. al* (2019) ainda abordam a diferença do uso do Twitter entre um portal de notícias e os jornalistas:

Enquanto que os portais utilizam a plataforma como suporte, jornalistas fazem dela um blog de opinião, mesmo possuindo vínculo com um veículo de comunicação A ou B. Nele o jornalista produz conteúdo totalmente autoral. Suas opiniões não se restringem ao formato editorial dos veículos para os quais trabalham. Neste caso, a produção de conteúdo é totalmente voltada para as ferramentas do Twitter. Haverá links, vídeos e outros elementos do webjornalismo, mas neste contexto, a produção

¹⁰ Texto original: “operates in the same way as traditional mass media, i.e. a single sender and a large number of receivers” (BLOOM *et al.*, 2015, p. 344).

textual, seja um breve comentário ou um texto mais apurado, sempre estará presente nas publicações (PEREIRA *et. al*, 2019, p. 10).

Analisar as ferramentas utilizadas pelos jornalistas da área política é um dos objetivos específicos da pesquisa, visto que, procura-se entender se eles, ao utilizarem o Twitter como meio para expressarem suas opiniões, fazem uso das funções que a rede social disponibiliza para os usuários - como *retwettar*, comentar um *tweet* ou apenas responder um(a) seguidor (a). Para Recuero (2009), as redes sociais são incorporadas conforme os usuários querem utilizá-las, considerando a construção dos diversos valores de cada um (RECUERO, 2009). Logo, mostra-se pertinente analisar e compreender como o jornalista faz uso do Twitter, conforme a conta pessoal de cada profissional selecionado.

Já as autoras Marta-Lazo e Garcia-Idiakez (2014), afirmam que os jornalistas utilizam o Twitter para divulgar o trabalho diário, assim como para validar a credibilidade jornalística (MARTA-LAZO, GARCIA-IDIAKEZ, 2014). Sendo que, informar e opinar são as principais ações realizadas pelos profissionais da comunicação da plataforma:

Entre os quinze jornalistas analisados através da observação direta, a grande maioria possui *tweets* dedicados tanto a [...] opinar, gerar e participar de debates com outras contas (22,9%). Os jornalistas, no geral, não somente informam, visto que incluem sua opinião sobre os temas que eles mesmos vem desenvolvendo em algum artigo ou em notícias atuais (MARTA-LAZO, GARCIA-IDIAKEZ, 2014, p. 361-362)¹¹.

Além do mais, os jornalistas possuem uma tendência ao utilizar o Twitter para ver conteúdos polêmicos, inéditos e que geram debate (MARTA-LAZO, GARCIA-IDIAKEZ, 2014, p. 361). Ou seja, pode-se dizer que, a rede social também é vista como meio de informação e que impulsiona e abre brechas para debater temas polêmicos. “Muitos dos debates são com os próprios companheiros ou com usuários especializados no tema, porque, mais uma vez, o Twitter volta a ser fonte para os profissionais, neste caso de opiniões de diferentes pontos de vista” (MARTA-LAZO, GARCIA-IDIAKEZ, 2014, p. 362)¹². Mas afinal, os jornalistas não deveriam ser neutros e imparciais, a profissão não possui tais fatores como exigência?

Diante da neutralidade, os autores Jouët e Rieffel (2015) abordam questões do modo que os jornalistas socializam no Twitter. Para eles, "a participação dos jornalistas no fluxo das

¹¹ Texto original: “Entre los quince periodistas analizados a través de la observación directa, la gran mayoría tiene tuits dedicados [...] a opinar, a generar y a participar en debates con otros contactos (22,9%). Los periodistas, en definitiva, no sólo informan, sino que incluyen su opinión sobre los temas que ellos mismos han desarrollado en algún artículo o que competen a la actualidad informativa (MARTA-LAZO, GARCIA-IDIAKEZ, 2014, p. 361-362).

¹² Texto original: “Muchos de los debates son con los propios compañeros o con usuarios especializados en el tema, por lo que, una vez más, Twitter vuelve a ser fuente para los profesionales, en este caso de opiniones y diferentes puntos de vista” (MARTA-LAZO, GARCIA-IDIAKEZ, 2014, p. 362).

trocas no Twitter não é, portanto, neutra porque suas interações atuam, em contrapartida, sobre seu próprio posicionamento no meio jornalístico” (JOUËT, RIEFFEL, 2015, p. 19)¹³. Pois, segundo Jouët e Rieffel (2015), mesmo que a identidade social do jornalista nessa rede social seja profissional, ela também é personalizada. Contudo, os profissionais se controlam ou se auto-supervisionam referente aos *posts* realizados em suas próprias redes sociais, para não irem contra o editorial do veículo ao qual trabalham (JOUËT, RIEFFEL, 2015, p. 24).

Um ponto interessante, discutido por Jouët e Rieffel (2015), é que os jornalistas que são ativos no Twitter preferem não criticar o veículo no qual trabalham (JOUËT, RIEFFEL, 2015, p. 24). Não que isso seja uma regra, ou que o editor-chefe cobre deles, mas os profissionais optam por não criarem desavenças online com o local que paga seu salário. Mas no geral, “o Twitter se assemelha a uma plataforma de conversação entre jornalistas operando em um círculo restrito” (JOUËT, RIEFFEL, 2015, p. 28)¹⁴, em que as práticas mostram-se distantes da homogeneidade e estabilidade, conforme o modo que o jornalista utiliza a rede social.

Mesmo que haja essa interação entre jornalistas, como descrita por Jouët e Rieffel (2015), pode-se dizer que o profissional, ao integrar o Twitter, também é visto como um “amigo virtual” por seus seguidores, humanizando o trabalho jornalístico (CASELLI, PIMENTA, 2011, p. 10). Os autores também reforçam que as ferramentas disponibilizadas pela plataforma fazem com que os jornalistas utilizem-a com frequência, visto que o caráter de mensagens instantâneas, a interatividade, a rapidez e mobilidade para circular uma informação (CASELLI, PIMENTA, 2011, p. 3) são atrativos para os os profissionais da área.

Para Maradei (2018), cabe também ao profissional contribuir para a formação de um leitor capaz de pensar criticamente a realidade, seja econômica, cultural ou política - parte constituinte do objeto teórico da presente pesquisa - que lhe é apresentada através da internet, seja representando ou não o veículo ao qual trabalha. A autora também discute que são poucos os formadores de opinião, que se destacam nas redes sociais, por dominarem os recursos de imagens, links, ou conexões com outras redes e sites de notícias. Aos que se destacam, surge a possibilidade de estabelecer um debate mais aprofundado e articulado, ganhando maior visibilidade na rede social online (MARADEI, 2018, p. 218). O que resta é provar que isso realmente ocorre com os jornalistas que atuam nas redes sociais.

¹³ Texto original: “The participation of journalists in the flow of exchanges on Twitter is therefore not neutral because their interactions act, on the other hand, on their own position in the journalistic” (JOUËT, RIEFFEL, 2015, p. 19).

¹⁴ Texto original: “Twitter s'apparente à une plateforme de conversation entre journalistes évoluant en cercle restreint” (JOUËT, RIEFFEL, 2015, p. 28).

Ao refletir sobre o Twitter, porém, mais especificamente sobre os comunicadores políticos que atuam ativamente nesta rede social, entende-se que os profissionais veem tal plataforma como um espaço comunicativo íntimo e sem amarras. “Em particular, eles se sentiram mais livres para expressar opiniões pessoais e, em menor medida, oferecer detalhes sobre seu dia a dia profissional e divulgar conteúdos gerados por outros usuários” (LÓPEZ-RABADAN, MELLADO, 2019, p. 5)¹⁵. Ao se sentirem mais livres, os jornalistas criam debates e apontem questões, nas quais eles não fariam com tanta facilidade no veículo em que trabalham.

De modo mais direto, discute-se que o Twitter não funciona como uma elite fechada que controla o fluxo de informações, uma vez que as interações ocorrem de forma progressiva e dinâmica, conforme o interesse ideológico dos profissionais da comunicação ou das mídias (LÓPEZ-RABADAN, MELLADO, 2019, p. 4). Reflete-se também as mudanças causadas entre jornalistas e políticos com o uso disseminado das redes sociais:

As redes sociais introduziram mudanças significativas nessa relação entre jornalistas e políticos. Essas plataformas são consideradas ferramentas de comunicação direta entre políticos, partidos e cidadãos e, como resultado, o papel da mídia foi enfraquecido e o conceito de mediação sofreu uma mutação (CASERO-RIPOLLÉS *et. al* 2016 apud LÓPEZ-RABADAN, MELLADO, 2019, p. 4)¹⁶.

Como mencionado anteriormente, os profissionais não buscam criar desavenças com o local de trabalho - seja jornal, *blog*, programa, etc. - mas isso não os impede de julgar e cobrar ações, de forma menos formal, das pessoas em sua volta, como os políticos. Neste sentido, “a ampla utilização do Twitter pelos jornalistas levou a uma redefinição das suas funções profissionais em termos de maior transparência e participação do público” (LÓPEZ-RABADAN, MELLADO, 2019, p. 5)¹⁷. A plataforma permite que o jornalista da área política tenha um contato direto com um candidato, somente por mencioná-lo, por exemplo.

Sendo assim, é possível questionar a neutralidade tanto mencionada no jornalismo, visto que o jornalista ativo no Twitter mostra-se mais opinativo e crítico, além de ganhar destaque por fazer-se presente nesta rede social, criando, também, uma proximidade com as

¹⁵ Texto original: “In particular, they felt freer to express personal opinions and, to a lesser extent, offer details about their day-to-day professional lives and share content generated by other users” (LÓPEZ-RABADAN, MELLADO, 2019, p. 5).

¹⁶ Texto original: Social networks introduced significant changes in this relationship between journalists and politicians. These platforms are considered direct communication tools between politicians, parties and citizens and, as a result, the role of the media has been weakened and the concept of mediation has mutated (CASERO-RIPOLLÉS *et. al* 2016 apud LÓPEZ-RABADAN, MELLADO, 2019, p. 4).

¹⁷ Texto original: “The wide use of Twitter by journalists has led to a redefinition of their professional functions in terms of greater transparency and public participation” (LÓPEZ-RABADAN, MELLADO, 2019, p. 5).

fontes que são visivelmente observadas por quem os segue (LÓPEZ-RABADAN, MELLADO, 2019, p. 13). A plataforma em questão mostra-se “um espaço ideal que contribui para trabalhar nas relações entre esses profissionais de elite para gerar diferentes níveis de interação” (LÓPEZ-RABADAN, MELLADO, 2019, p. 12)¹⁸, o que impulsiona a rede de contatos e eleva o prestígio dos comunicadores na era digital.

2.2. CONFUSÃO: QUAL A IDENTIFICAÇÃO DO JORNALISTA?

Com as modificações das práticas jornalísticas, os profissionais precisaram se adaptar para continuar desempenhando a função, visto que a rotina de produções e modificações influenciam, tanto na vida profissional como social e pessoal do jornalista. Deuze e Witschge (2016) conceituam a prática jornalística por meio das rotinas enfrentadas por quem pratica o jornalismo, neste caso, os próprios jornalistas. Ainda de acordo com os autores:

No atual ecossistema midiático digital e em rede, os papéis desempenhados por disciplinas profissionais diferentes na produção de notícias – produtores, executivos financeiros, criativos publicitários, gerentes de comunicação incluindo profissionais de venda e marketing – estão cada vez mais interligados (DEUZE, WITSCHGE, 2016, p. 14).

Logo, o comunicador precisa ser jornalista 24 horas durante os sete dias da semana, pois espera-se que o profissional esteja o tempo todo antenado, aprendendo sobre ferramentas e novos assuntos. Walters (2021) aborda como os jornalistas ficam divididos entre adotar as lógicas das mídias sociais e defender os valores jornalísticos. Os profissionais da área até tentam seguir os instintos tradicionais da profissão, seja por não possuírem um cronograma ou uma ferramenta que compartilhe, de modo automático, conteúdos nas mídias sociais. Porém, com o tempo de experiência, os jornalistas aprenderam que, com o uso das plataformas, eles possuem alcance devido às estratégias, com base em algoritmos e métricas de audiência (WALTERS, 2021).

Para além, Petrarca (2016) define que o universo jornalístico é percebido como um espaço de disputa, uma vez que, “por meio das esferas sociais nas quais eles se inserem [...] permitem, por um lado, adquirir um conjunto de recursos que podem contribuir para determinados princípios [...] de identificação com a profissão e para a definição do papel do jornalista” (PETRARCA, 2016, p. 9).

Contudo, antes de retratar a identificação do jornalista no Twitter, é válido tratar do conceito prévio de representação, uma vez que o profissional é muito mais que um

¹⁸ Texto original: “An ideal space that contributes to working on professional relationships between these elite professionals to generate different levels of interaction” (LÓPEZ-RABADAN, MELLADO, 2019, p. 12).

representante de um veículo, mas também representa a si próprio. Por isso, segundo Dornelles (2010), a representação é um processo de identificação comum de um público. Conforme Hall (2016), a representação envolve significados produzidos e compartilhados entres os indivíduos, por meio do uso da linguagem, significados e imagens (HALL, 2016, p. 31). No geral, o autor aborda o conceito de representação da seguinte forma:

Ela é a produção do significado dos conceitos da nossa mente por meio da linguagem. É a conexão entre conceitos e linguagem que permite nos referirmos ao mundo 'real' dos objetos, sujeitos ou acontecimentos, ou ao mundo imaginário de objetos, sujeitos e acontecimentos fictícios (HALL, 2016, p. 34).

Afinal, a representação do jornalista na plataforma em questão só é possível devido a tecnologia, caso contrário, o jornalista seria apenas um jornalista tradicional, que trabalha em uma redação e não possui espaço para ser opinativo e participativo. Martino (2014) afirma que redes sociais, como o Twitter, permitem a criação de “identidades transparentes”. Contudo, devido ao alcance mundial que uma rede social possui, é interessante mencionar que, a informação não pode ser controlada (MARTINO, 2014, p. 73-74).

Outra discussão importante sobre as práticas jornalísticas exercidas no ambiente digital é a autorreferencialidade, em que Lopes (2011) cita para representar a identificação do jornalista. “A retórica da autorreferenciação é uma das maneiras pelas quais os jornalistas elaboram uma autoimagem para ser passada à sociedade” (LOPES, 2011, p. 273). A autoimagem do profissional afeta diretamente no fazer jornalismo.

Para a autora, a sociedade entende que os jornalistas dependem da interação com o outro para existirem, visto que a profissão depende do ato de falar com os demais (LOPES, 2007, p. 24). Entretanto, ao autorreferenciarem-se, os jornalistas “querem ser ouvidos, e, mais do que isso: ao construírem seus discursos e partilhá-los no espaço social, procuram identificar-se em torno da crença de que são mediadores legítimos entre as informações e os outros” (LOPES, 2007, p. 25).

Logo, os profissionais tentam a todo custo representar algo, seja um jornalista experiente ou a verdade. Mas afinal, qual seria a identificação desses profissionais, ainda mais no Twitter? Antes de responder tal questão, precisa-se explicar o que significa identificação. Para Bevidas e Ravello (2006), o conceito é visto como o “fazer interpretativo que projeta uma equivalência entre duas existências modais: a do enunciatário perante um personagem da narrativa” (BEVIDAS, RAVANELLO, 2006, p. 134). Ou seja, é o modo como alguém se identifica, seja com determinado indivíduo, discurso ou contexto.

O processo de identificação permite entender a forma como se desenvolve a integração do sujeito, através dos processos identificatórios que o faz reconhecer a si mesmo ao longo da vida (COUTINHO *et. al*, 2007, p. 32). Diferente da identificação, a identidade é uma construção permanente, sendo organizada e reorganizada a partir de práticas, vivências, normas, valores, deontologia, crenças, memórias (LOPES, 2007, p. 5). Enquanto a identidade trata da consciência que o indivíduo tem de si mesmo, a identificação aborda as características que mais se destacam nesta pessoa.

Petrarca (2016) reflete ser “possível compreender os princípios de identificação e as concepções de profissão em jogo através da análise de ambos os aspectos que envolvem uma trajetória individual, considerando tanto as posições objetivas, como as formas utilizadas” (PETRARCA, 2016, p. 10). Fonseca e Kuhn (2009) abordam que o “jornalismo e os jornalistas transformam-se, redefinem-se, reconfiguram seus papéis sociais e assumem novas funções” (FONSECA, KUHN, 2009, p. 63). Por isso, a importância de relacionar as práticas da profissão com o ambiente digital, ao qual o jornalista necessita para desempenhar as funções.

Mellado e Hermida (2022) conceituam como a profissão precisou se adaptar às questões dos espaços digitais. Pois, “para os jornalistas, o resultado de entrar nas mídias sociais tem sido um esforço constante de equilibrar normas e práticas de seu lado profissional tradicional com os das plataformas de mídia social” (MELLADO, HERMIDA, 2022, p. 285)¹⁹. Os autores mencionam o fato dos profissionais da comunicação tornarem-se atores comerciais e *influencers* das mídias digitais, em que as “estruturas institucionais da mídia claramente ultrapassam os limites das normas e padrões profissionais do jornalismo” (MELLADO, HERMIDA, 2022, p. 292)²⁰.

Assim, tentam construir a interpretação de que a profissão tende a se tornar desinstitucionalizada, uma vez que os “jornalistas agindo em caráter pessoal esbarram em normas e regras explícitas sobre como as atividades comerciais podem interferir na independência editorial” (MELLADO, HERMIDA, 2022, p. 294)²¹. O papel do jornalista fora do âmbito empresarial busca ser independente, uma vez que o próprio comunicador

¹⁹ Texto original: “To journalists, the result of getting into social media has been a constant effort to balance norms and practices on their traditional professional side with those on social media platforms” (MELLADO, HERMIDA, 2022, p. 285).

²⁰ Texto original: “Media institutional structures clearly cross the boundaries of professional journalism norms and standards” (MELLADO, HERMIDA, 2022, p. 292).

²¹ Texto original: “Journalists acting in a personal capacity encounter explicit norms and rules about how commercial activities can interfere with editorial independence” (MELLADO, HERMIDA, 2022, p. 294).

administra suas contas nas redes sociais e as postagens que ele realiza, nem sempre, seguem a linha editorial do veículo ao qual ele trabalha (MELLADO, HERMIDA, 2023, p. 3).

Portanto, é válido refletir que o jornalista possui uma fama, sendo, em muitos casos, uma identificação de promotor (MELLADO, HERMIDA, 2023, p. 4), por escolher o que ou quem ele deve dar visibilidade, seja a um veículo, a um conteúdo específico de algum colega de profissão ou dele próprio. Logo, o jornalista também pode dar destaque a assuntos que fogem da sua profissão, mas sempre ligado ao seu perfil jornalístico, uma vez que ele é uma figura reconhecida pela profissão. No geral, “o aspecto inovador é a forma como são concebidos e praticados em ambientes de redes sociais que estão fora dos limites institucionais e organizacionais do jornalismo tradicional” (MELLADO, HERMIDA, 2023, p. 4)²².

Para tratar mais especificamente da rotina jornalística, que precisou ser reformulada com o uso das redes sociais, trabalha-se com o debate no campo das ciências sociais aplicadas. O capítulo a seguir terá como autor chave Bourdieu (1983; 1989), sociólogo francês responsável por discutir os conceitos de *habitus* e *ethos*. Discussões sobre o campo jornalístico, em consonância com o político, também serão abordadas na sequência, visto que o sociólogo também ajuda a compreender tais conceitos que são trazidos à tona diante das relações listadas nesta pesquisa.

²² Texto original: “The innovative aspect is a way in which they are conceived and practiced in social media environments that are outside the institutional and organizational limits of traditional journalism” (MELLADO, HERMIDA, 2023, p. 4).

3. CURIOSO: *HABITUS* E *ETHOS* PARA O JORNALISMO DIGITAL

Os conceitos de Bourdieu (1983; 1989) sobre *habitus* e *ethos* possuem vínculos diretamente ligados às pressões impostas ao profissional da comunicação, devido a exigências para que o jornalista se aliasse às redes sociais. Por isso, o debate no campo das ciências sociais aplicadas mostra-se válido para o estudo em questão. Antes de entrar no quesito práticas dos jornalistas na era digital, apresenta-se os conceitos de *habitus* e *ethos*.

Para Bourdieu, o “*habitus*, como indica a palavra, é um conhecimento adquirido e também um haver, um capital (de um sujeito transcendental na tradição idealista), [...] que indica a disposição incorporada, quase postural, de um agente em ação” (BOURDIEU, 1989, p. 61). Em outras palavras, é como se o indivíduo não tivesse a necessidade de raciocinar para se orientar num espaço, uma vez que as ações partem do instinto próprio de agir (BOURDIEU, 1989, p. 62). Logo, o *habitus* está relacionado às reproduções das condições sociais, as quais o indivíduo está inserido (BOURDIEU; 1983, p. 140).

Após a contextualização inicial, destaca-se os estudos de Setton (2002), com base nas concepções de Pierre Bourdieu, a fim de refletir sobre o surgimento de um novo agente social, diante do *habitus* alinhado às pressões modernas. Para a autora, é possível identificar a ordem social contemporânea, devido a imersão das novas formas de interação social - como as mídias digitais - que contribuem para a produção de um *habitus* alinhado às pressões modernas, uma vez que, atualmente, o indivíduo torna-se um produto de um novo *habitus* social (SETTON, 2002, p. 67). Portanto, reflete-se sobre a questão de *habitus* individual:

Os *habitus* individuais, produtos da socialização, são constituídos em condições sociais específicas, por diferentes sistemas de disposições produzidos em condicionamentos e trajetórias diferentes, em espaços distintos como a família, a escola, o trabalho, os grupos de amigos e/ou a cultura de massa (SETTON, 2002, p. 65).

Por meio dessas influências sociais, nota-se que há um sistema em constante adaptação, diante das “pressões do mundo contemporâneo”. Portanto, Setton (2002) ainda destaca que o “*habitus* é visto de uma perspectiva relacional e processual de análise, capaz de apreender a relação entre indivíduo e sociedade, ambos em processo de transformação” (SETTON, 2002, p. 69). Tal conceito vai de encontro com os estudos de Bourdieu (1983), em que para o sociólogo, o *habitus* é interpretado como um “gerador de estratégias que pode estar objetivamente em conformidade com os interesses dos seus autores, sem terem sido expressamente concebidas para esse fim” (BOURDIEU, 1983, p. 125).

Neste sentido, o *habitus* para o jornalismo aborda questões tanto da prática profissional como do papel do jornalista, principalmente, quando considera-se as

modificações da profissão devido a era das redes sociais. Com isso, a forma que o jornalista opera diariamente é voltada às influências da ambiência digital, uma vez que tal profissional tem o hábito de pensar e criar conteúdos jornalísticos para um ambiente interativo e convergente. Portanto, ressalta-se, novamente, que o jornalista opera como jornalista o tempo todo, seja dentro de uma redação ou ao publicar um *tweet* em sua conta pessoal, independente de representar ou não um veículo jornalístico.

Os jornalistas podem ser vistos como agentes (indivíduos) que estão enraizados em um determinado tempo e espaço, visto que as “forças dinâmicas das representações sociais decorrem desse enraizamento espaço-temporal e da inserção desses jornalistas em contextos semelhantes” (ALBUQUERQUE, 2011, p. 6). Neste sentido, pode-se dizer que “na prática profissional, os jornalistas convivem coletivamente, andam em grupos e partilham experiências e narrativas” (SILVA, 2013, p. 79).

Além de compartilhar informações entre si, atualmente o jornalista vê uma certa necessidade de distribuir questões factuais e, principalmente, opiniões nos espaços virtuais, como é o caso dos jornalistas da área política que são ativos no Twitter. Para Pimenta (2017), “a ideia de que a profusão de plataformas info-comunicacionais, como o Twitter, compõem territórios capazes de operar como ‘lugares de convergência’ onde agentes sociais diferentes, egressos de campos sociais diversos, podem se reconhecer pelas suas conformidades e suas divergências” (PIMENTA, 2017, p. 245).

Porém, o mesmo autor ressalta que o ideal de liberdade de expressão, propagado pelas redes sociais, não é garantia de democracia e igualdade social. Pois “o *habitus* de quem navega na internet certamente interferirá na forma como se desloca no espaço virtual e na maneira como acessa, produz e reproduz conteúdo da internet” (PIMENTA, 2017, p. 246). O autor ainda destaca a importância da memória para refletir sobre a relação entre o *habitus* e mídias digitais:

É possível afirmar que as mudanças na forma como nos relacionamos com a nossa memória, via dispositivos digitais marcados pela técnica e prática da convergência, poderiam interferir nesse enraizamento do *habitus* de forma mais rizomática e, portanto, tornando possíveis conhecimentos práticos comuns apesar de diferenças sociais e econômicas (PIMENTA, 2017, p. 250).

Bourdieu (1983) também reflete que o *habitus* é uma adaptação perante aos moldes do mundo (BOURDIEU, 1983, p. 142). Algo que se assemelha ao conceito de *habitus* através da construção cognitiva, descrito por Wacquant (2004):

O *habitus* é uma noção mediadora que ajuda a romper com a dualidade de senso comum entre indivíduo e sociedade ao captar ‘a interiorização da exterioridade e a

exterioridade da interioridade’, ou seja, o modo como a sociedade se torna depositada nas pessoas sob a forma de disposições duráveis, ou capacidades treinadas e propensões estruturadas para pensar, sentir e agir de modos determinados, que então as guiam nas suas respostas criativas aos constrangimentos e solicitações do seu meio social existente” (WACQUANT, 2004, p. 36).

Por último, “o *habitus* não é um mecanismo auto-suficiente para a geração da ação [...] e não pode portanto ser considerado isoladamente dos mundos sociais particulares” (WACQUANT, 2004, p. 39). Tal interpretação vai de encontro com a definição de Benson e Neveu (2005), uma vez que, para eles, o *habitus* é definido como “uma estrutura estruturante, que organiza as práticas e a percepção das práticas” (BENSON, NEVEU, 2005, p. 3)²³, sendo constantemente modificado. Devido a tal interpretação, destaca-se a necessidade de relacionar o conceito de *habitus* com *ethos*, diante às práticas jornalísticas atuais, visto que um engloba o outro. Para Bourdieu (1983), o *ethos* está ligado ao conjunto de princípios práticos, relacionado a ética que parte de cada um, em que esse princípio faz parte do *habitus*, por estar ligado aos valores (BOURDIEU, 1983, p. 139).

Ao parafrasear Hegel, Bourdieu afirma que o *ethos* busca reintroduzir as disposições duradouras constitutivas da “moral realizada”, que vai contra o moralismo abstrato da moral pura e formal (BOURDIEU, 1989, p. 62) e que pode ser visto como sistema de esquemas práticos (BOURDIEU, 1983). Conforme Neto e Silva (2022), o “*ethos* constitui um conjunto de disposições, de valorações e de percepções que os agentes possuem de si, como também do mundo social” (NETO, SILVA, 2022, p. 7), o que, como afirmou Bourdieu (1983), se trata de uma dimensão do *habitus*.

Em outras palavras, o *ethos* trata das influências que as pessoas recebem no decorrer da vida que, de certo modo, dita a maneira que esses indivíduos refletem, sentem e se comportam perante a realidade ao qual estão inseridos. Ao emitirem opiniões, os indivíduos reproduzem aquilo que o sociólogo chama de ‘*ethos* de classe’, que significa “um sistema de valores implícitos, que as pessoas interiorizaram desde a infância e a partir do qual engendram respostas a problemas extremamente diferentes” (BOURDIEU, 1983, p. 138-139). Tal questão reflete no modo como os jornalistas da área política agem ao opinarem no Twitter, uma vez que cada um dos profissionais analisados fazem parte de um contexto diferente. Pois, mesmo que compartilhem experiências profissionais, as vivências pessoais são opostas.

Por isso, o *ethos* também pode ser visto como a projeção de imagem que o jornalista tem de si próprio. Se tratando da atuação do profissional da comunicação especializado na área política que atua no Twitter, Ferreira (2019) destaca que “o jornalista põe-se como

²³ Texto original: “a structuring structure, which organizes practices and the perception of practices” (BENSON, NEVEU, 2005, p. 3).

construtor de uma imagem [...] que permite-o ir além do papel de informante dos acontecimentos, expondo sua subjetividade por meio dessa autoridade supostamente conquistada perante ao seu público (FERREIRA, 2019, p. 23). Logo, ele domina o discurso opinativo e, por ser jornalista, também possui credibilidade. Reflete-se que os próprios jornalistas se colocam como “portadores de uma verdade absoluta, explicitada num ponto de vista inédito, com maior potencial de elucidação do que todos os demais” (FERREIRA, 2019, p. 23).

O autor ainda afirma que, por meio do *ethos*, o jornalista assume um papel de locutor e interlocutor no Twitter, além de definir seu destinatário ideal (FERREIRA, 2019, p. 23-24), Algo que reflete na presente pesquisa, uma vez que os conteúdos compartilhados pelos jornalistas selecionados seguem um viés político, seja ele de esquerda ou de direita. O que se percebe é que o profissional deixa de lado o editorial do veículo no qual trabalha e passa a expressar a opinião que ele mesmo defende. Por isso, destaca-se a importância das redes sociais, como o Twitter, por ser um espaço autônomo. Entretanto, Ferreira (2019) ressalta algumas divergências que ocorrem nesse espaço virtual:

Até mesmo nas redes sociais, onde a diversidade de enunciados e a multiplicidade de interlocutores sugerem constantes divergências, o discurso é elaborado com base numa condição pré-existencial do enunciador, e é a partir dessa condição que ele joga com um discurso que alcance seu público-alvo (FERREIRA, 2019, p. 25).

Mas como o foco da presente pesquisa não é o discurso adotado pelos jornalistas da área política, mas sim os quadros sociais constituídos com base nos conteúdos compartilhados por esses profissionais da comunicação através de seus *tweets*, mostra-se pertinente abordar questões sobre o campo político em relação com o campo jornalístico, também abordados por Bourdieu (1997).

3.1. INTERESSE: RELAÇÃO ENTRE CAMPO JORNALÍSTICO E POLÍTICO NA ERA DIGITAL

Antes de abordar os campos jornalístico e político, busca-se contextualizar o conceito de campo como um todo que, no geral, “é um espaço social estruturado [...] – há dominantes e dominados, há relações constantes, permanentes, de desigualdade, que se exercem no interior desse espaço” (BOURDIEU, 1997, p. 57). Contudo, tem-se uma noção de campo, “sobretudo as interações entre os autores ou entre os autores e editores - tinham disfarçado as relações objetivas entre as posições ocupadas por esses agentes, que determinam a forma de tais interações” (BOURDIEU, 1989, p. 66).

Após tal explicação, a pesquisa inicia a discussão teórica com base no campo político:

O campo político, entendido ao mesmo tempo como campo de forças e campo das lutas que têm em vista transformar a relação de forças. [...] O campo político é o lugar que se geram, na concorrência entre os agentes que nele se acham envolvidos, produtos políticos, problemas, programas, análises, comentários, conceitos, acontecimentos, entre os quais os cidadãos comuns, reduzidos ao estatuto de ‘consumidores’, devem escolher (BOURDIEU, 1989, p. 163-164b).

Logo, o campo político trata a conquista por poderes e privilégios, carregado, principalmente, pelo poder simbólico (BOURDIEU, 1989, p. 202). De modo mais detalhado, “o campo político é o lugar em que se geram, na concorrência entre os agentes que nele se acham envolvidos, produtos políticos, problemas, programas, análises, comentários, conceitos, acontecimentos, entre os quais os cidadãos comuns, reproduzidos ao estatuto de ‘consumidores’” (BOURDIEU, 1989, p. 164). Portanto, é válido mencionar que o campo político é restrito a grupos pequenos (BOURDIEU, 1989, p. 167), sendo somente desfrutado por aqueles que possuem o poder em mãos.

Luz (2020) analisou o conceito político a partir da perspectiva de Pierre Bourdieu, bem como o poder simbólico do campo jornalístico e suas implicações nos processos eleitorais. A autora reflete que “o campo possui uma hierarquia própria [...]. E o que determina a posição de dominação dos sujeitos dentro do campo, é justamente o acúmulo de capital que ele consegue ter” (LUZ, 2020, p. 4). No caso, o capital do campo político é o poder, “de modo que estes tenham a possibilidade de entrar nas lutas pelo monopólio do poder, entre as quais possuem uma dimensão capital” (BOURDIEU, 1989, p. 29).

Ainda para Bourdieu (1989), a luta pelo poder simbólico é também uma luta pelo poder sobre os poderes públicos que, para o capital político, é “firmado na crença e no reconhecimento ou, mais precisamente, nas inúmeras operações de crédito pelas quais os agentes conferem a uma pessoa - ou a um objeto - os próprios poderes que eles lhes reconhecem” (BOURDIEU, 1989, p. 188). Ou seja, o poder apenas existe porque os indivíduos crêem que ele existe (BOURDIEU, 1989, p. 188). Segundo Luz (2020), “os cidadãos acabam delegando, ainda que de forma inconsciente, o poder político nas mãos de agentes que eles entendem serem mais preparados e capacitados para tratarem as questões políticas” (LUZ, 2020, p. 7).

Ainda sobre poder, porém referente à imprensa midiática com contextos históricos da política brasileira, de 1954 a 2014, José Emiliano (2015) reflete sobre as relações de poderes impostas entre mídia e política. Para o autor, a “política e comunicação são dimensões que não podem ser analiticamente isoladas sem o risco de se perder a compreensão do próprio

objeto investigado” (EMILIANO, 2015, p. 12). Emiliano (2015) ainda discute sobre a mídia ocupar uma posição de centralidade nas mais diversas esferas sociais, sendo a principal, a esfera política. Logo, tende-se a colocar o protagonismo dessa posição no jornalista, conforme o objeto de estudo da presente pesquisa.

Para Bourdieu (1989), o jornalista também é detentor de um poder, uma vez que ele age diretamente nos instrumentos de grande difusão, “que lhe dão um poder sobre toda a espécie de capital simbólico (o poder de fazer ou desfazer reputações). [...] O jornalista está condenado, como crítico, ao papel de dar a apreciar incapaz de fazer para ele mesmo o que ele faz para outros” (BOURDIEU, 1989, p. 189-190). Conforme Benson e Neveu (2005), o capital econômico do campo jornalístico “expressa-se pela circulação midiática, publicidade ou taxas de audiência” (BENSON, NEVEU, 2005, p. 4)²⁴. Com base nesta lógica, reflete-se mais especificamente sobre o poder do campo jornalístico:

O campo jornalístico é visto como parte do campo do poder; isto é, tende a envolver-se antes de mais nada com agentes livres que possuem grandes volumes de capital. Dentro de seu campo de poder; no entanto, situa-se dentro do campo ‘dominado’ da produção cultural — um campo dentro deste seu próprio campo (BENSON, NEVEU, 2005, p. 5)²⁵.

Não há democracia sem jornalistas, porém os jornalistas podem atrapalhar o campo político, uma vez que podem servir como marionetes ou bodes expiatórios (BOURDIEU, 2005, p. 42). Contudo, “a estrutura do campo é um estado da relação de força entre os agentes ou as instituições envolvidas na luta ou, se preferir, da distribuição do capital específico” (BOURDIEU, 1983, p. 120), o que significa que um campo pode influenciar diretamente o outro, visto que existe uma competição entre indivíduos e agentes coletivos engajados, independente do campo em questão (BOURDIEU, 2005, p. 39).

Luz (2020) aborda que o “campo jornalístico brasileiro tem sua autonomia bastante reduzida, uma vez que as pressões externas ao seu campo influenciam de maneira direta no funcionamento das empresas jornalísticas” (LUZ, 2020, p. 8). A autora ainda destaca que, devido a forte influência do campo político no jornalístico, diversos jornalistas acabam deixando a profissão para se tornarem candidatos (LUZ, 2020, p. 8).

Com base nos estudos de Bourdieu, Berger (2003) relaciona a produção social com a produção simbólica, uma vez que “nas sociedades modernas a vida social se produz em

²⁴ Texto original: “expressed through media circulation, advertising or audience rates” (BENSON, NEVEU, 2005, p. 4).

²⁵ Texto original: The journalistic field is seen as part of the field of power; that is, it tends to get involved first and foremost with free agents who have large volumes of capital. Within your field of power; however, it lies within the ‘dominated’ field of cultural production — a field within its own field (BENSON, NEVEU, 2005, p. 5).

campos, que funcionam com relativa independência mas, ao mesmo tempo, atuam combinados” (BERGER, 2003, p. 21). Ao tratar do capital, conceito que Bourdieu tanto discorre em seus estudos, a autora afirma que para o jornalismo o capital é a credibilidade:

O capital do campo do jornalismo é, justamente, a credibilidade. É ela quem está constantemente em disputa entre os jornais e entre estes e os demais campos sociais. [...] A credibilidade é construída no interior do jornal assim como um rótulo ou uma marca que deve se afirmar, sem, no entanto, nomear-se como tal. Credibilidade tem a ver com persuasão pois, no diálogo com o leitor, valem os ‘efeitos de verdade’, que são cuidadosamente construídos para servirem de comprovação, através de argumentos de autoridade, testemunhas e provas (BERGER, 2003, p. 21-22).

Portanto, após conceituar o capital simbólico do jornalismo, é válido também destacar a relação entre esse campo com o político. Ambos estão interligados por meio da correspondência perante aos acontecimentos, que são compartilhados pela matéria-prima do jornalismo, que neste caso é o discurso. Pois, como o campo político e jornalístico fazem uso do campo de forças e de luta, o capital que está em jogo, no final, é o poder (BERGER, 2003, p. 27).

3.1.2. Feat: união dos campos no meio digital

Como a pesquisa trata do período eleitoral de 2022, mostra-se relevante observar a visibilidade social política, que os candidatos à presidência do Brasil tanto buscaram na época. Neste sentido, Rubim (2002) aborda as interfaces entre comunicação e política. Ao mencionar as eleições, o pesquisador fala sobre as mutações que ocorrem devido a singularidade da sociabilidade atual (RUBIM, 2002, p. 41). Destaca-se os pontos de discussão que Rubim (2002) aborda, principalmente ao tratar o papel da mídia como ferramenta que torna um candidato ou uma candidata protagonistas de narrativas, durante o período eleitoral.

Ao estudar a relação entre a política brasileira e as redes sociais, Alves (2016) afirma que os “governantes e os partidos políticos usam essas ferramentas como palco de divulgação e propaganda política” (ALVES, 2016, p. 10). Pois, assim como os jornalistas estão ativos na internet, através dos meios digitais, os políticos também marcam presença no espaço virtual. Para Alves (2016):

Em vista dessa revolução tecnológica e da característica dos cidadãos serem cada vez mais informatizados e conectados, os políticos e seus partidos viram a rede mundial de computadores como uma aliada, tanto nas suas campanhas políticas, como também no decorrer dos seus governos, tentando assim, aproximar os eleitores dos seus interesses políticos. Fazendo uso de redes sociais oficiais dos partidos políticos e dos integrantes dos governos com o intuito de gerar impressão de ampla visibilidade e transparência da gestão pública (ALVES, 2016, p. 13-14).

Cavassana e Sindorski (2019) afirmam que “os sites de redes sociais podem ser um espaço importante para a veiculação de informações políticas, em especial aquelas que se relacionam às campanhas em períodos eleitorais” (CAVASSANA, SINDORSKI, 2019, p. 7). Para as autoras, nota-se uma expansão de participantes no cenário eleitoral, visto que cada vez mais pessoas buscam por conteúdos jornalísticos, ou opiniões de comunicadores especializados na área, para se informarem e debaterem sobre assuntos políticos (CAVASSANA, SINDORSKI, 2019, p. 25-26).

De acordo com o tópico ‘veiculação de informações sobre política nas redes sociais’, Leitóles (2012) fala sobre a objetividade e imparcialidade no campo jornalístico conforme o cenário político. Ao que tudo indica, “não é possível seguir à risca a imparcialidade jornalística, ainda mais com a aproximação dos jornalistas com o público” (LEITÓLES, 2012, p. 6). Contudo, a imparcialidade não é um resultado, mas sim um processo do jornalismo, que pode, ou não, ser utilizado.

A fim de relacionar o *campo dos media* e a instituição política, Rodrigues (1997) afirma que os meios de comunicação como um todo estão cada vez menos interessados em informar, e cada vez mais interessados em participar do jogo de encenação pública de imagens dos políticos. Pois “nas sociedades democráticas, generaliza-se hoje a ideia de que o poder político tende a transparência total dos seus atos, esquecendo que a lógica do poder, ao contrário da lógica da informação, não é função de transparência mas do segredo” (RODRIGUES, 1997, p. 161). Destaca-se que, para o autor, a transparência é o princípio que define o *campo dos media*.

Diversas são as análises referentes à comunicação voltada à política no Brasil, principalmente as que envolvem as redes sociais, como mencionam Sarmiento *et. al* (2021). Devido ao midiativismo, os meios digitais começaram a ser utilizados para criticar os meios de comunicação tradicionais, com isso surgem novos porta-vozes (SARMENTO *et. al*, 2021, p. 8). Os autores também revelam que, a partir da década de 2010, os estudos sobre o cenário eleitoral começaram a destacar, cada vez mais, o ambiente online por conta das pesquisas que variam desde *websites* ao Twitter (SARMENTO *et. al*, 2021, p. 14).

Ao seguir tal lógica, considera-se que o meio digital é propício para aguçar o debate político, uma vez que “parte-se do pressuposto de que os ambientes digitais se constituem como arenas de debate e que fornecem subsídios para a formação da opinião dos cidadãos” (SARMENTO *et. al*, 2021, p. 18). Não sendo apenas dos cidadão comuns, mas também dos jornalistas, em especial os que analisam a política brasileira.

Com base nas discussões teóricas de Cervi e Massuchin (2012), percebe-se que há um mecanismo posto em prática no Twitter, que é adotado pelos candidatos aos pleitos eleitorais, com o objetivo de se aproximarem dos eleitores. O uso de tecnologias, como estratégia de campanha eleitoral pelos partidos, possibilita a existência de um debate horizontal e amplo, por conta das informações políticas que circulam na sociedade nos períodos de eleições (CERVI, MASSUCHIN, 2012, p. 26). Assim como Sarmiento *et. al* (2021), os autores também consideram as redes sociais como um espaço de debate:

As redes sociais, por exemplo, tornaram-se espaço de debate, pois as discussões que ocorreram nesses meios alternativos ganharam espaço na mídia tradicional, seja como fonte para os jornalistas ou para ampliar o debate a um número maior de eleitores, de forma indireta, ou a partir de um interagendamento (CERVI, MASSUCHIN, 2012, p. 26).

No geral, entende-se que a internet permitiu que os eleitores tivessem mais proximidade com candidatos, por conta da disseminação do uso das redes sociais, visto que elas possibilitam que os eleitores fiscalizem o poder público, acompanhem o governo e interajam com os políticos (CERVI, MASSUCHIN, 2012, p. 28). Ao analisarem dois candidatos específicos ao governo do Estado do Paraná, os autores constataram que ambos usavam o Twitter para informar seus seguidores sobre campanhas eleitorais ou propostas políticas, além do uso para manter uma relação próxima com seus eleitores, fugindo do perfil de político e adotando um personagem de ‘colega’ (CERVI, MASSUCHIN, 2012, p. 36). Com isso, interpreta-se que, não somente os políticos tendem a adotar tal postura nos meios digitais, mas figuras como, jornalistas, também estão propícios a incorporarem o papel de “amigo”.

Outro estudo de Massuchin, dessa vez com Orso e Saleh (2021), aborda a atividade de atores digitais que surgem no contexto do sistema híbrido de mídia nos últimos anos. Ao analisar o Twitter como espaço para a coleta desses dados, as autoras destacam que o fato de que “a rede é o local em que o debate político ocorre no Brasil com significativa intensidade” (MASSUCHIN *et. al*, 2021, p. 49).

A pesquisa em questão também reflete que a rede social, além de ser um espaço voltado à informação sobre política do país e do mundo, de modo rápido e acessível, também ajuda a criar laços entre usuários que querem se sentir pertencentes a algo ao, não apenas consumirem, mas compartilharem informações e opiniões. Por fim, as autoras também destacam que o Twitter oferece um espaço para quem trabalha com política, como jornalistas da área. (PARMELLE, BICHARD, 2012 apud MASSUCHIN *et. al*, 2021, p. 49).

Portanto, compreende-se que, além de ser uma ferramenta útil para o campo político, o Twitter também oferta um leque de possibilidades para os jornalistas, pois, como Benson e Neveu (2005) destacam, ambos os campos estão ligados um ao outro. Com base em Bourdieu (1989), “a passagem do implícito ao explícito, da impressão subjectiva à expressão objectiva, à manifestação pública num discurso ou num ato público constitui por si um ato de instituição e representa, por isso, uma forma de oficialização” (BOURDIEU, 1989, p. 165).

Com isso, tanto os políticos como os jornalistas possuem, não exatamente uma autonomia, mas possibilidades de expressarem suas opiniões, constatações e análises. Ao fazerem isso, a interpretação do que foi ditado por ambos os campos pode ser vista como um veredito, quase como se os indivíduos - políticos e jornalistas - não pudessem mudar de opinião. Afinal, contradições não caem bem para aqueles que são detentores do capital simbólico, seja da credibilidade ou do poder. “Isso nos leva à definição proposta de viés de conteúdo: padrões consistentes no enquadramento da comunicação mediada que promovem a influência de um lado em conflitos sobre o uso do poder” (ENTMAN, 2007, p. 166)²⁶. Tais definições teóricas ajudaram a compor a análise de enquadramento - apresentada na sequência -, tanto utilizada por Entman.

²⁶ Texto original: “This leads us to the proposed definition of content bias: consistent patterns in the framing of mediated communication that promote one side's influence in conflicts over the use of power” (ENTMAN, 2007, p. 166).

4. ATENÇÃO: PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A metodologia de pesquisa utilizada para a realização da monografia foi a análise de enquadramento, já que se pretende “selecionar alguns aspectos de uma realidade percebida e torná-los mais salientes num texto comunicativo, de modo a promover uma definição de problema particular, uma interpretação causal, avaliação moral” (ENTMAN, 1993, p. 7). Como já mencionado, destaca-se a relevância de certos níveis cognitivos e/ou discursivos expressados pelos jornalistas brasileiros da área política através de seus perfis pessoais no Twitter, durante o segundo turno eleitoral de 2022. Entende-se também que, tais níveis podem ser públicos, políticos ou entre-mídias, desde que sejam compartilhados entre as pessoas (SCHEUFELE, 2006 apud ANTUNES, 2009, p. 87).

O Twitter pode ser interpretado como palco de debate público sobre temas relevantes, (LÓPEZ- RABADÁN, MELLADO, 2019, p. 5), que acaba atraindo a atenção dos jornalistas, sejam políticos ou não. Por isso surge uma preocupação em focar no contexto atual ao qual esses profissionais estão inseridos. O que remete às questões de ambiência digital, sendo que o jornalista continua sendo um profissional de X veículo mesmo no perfil pessoal do Twitter. Ao citar Shen e Edwards, Soares (2006) afirma que:

As pessoas usam seus valores básicos para se posicionarem politicamente, por isso, políticos e meios de comunicação tendem a enquadrar os assuntos em torno de certos valores compartilhados, tais como liberdade, igualdade, individualismo econômico, democracia, capitalismo e humanitarismo (SHEN, EDWARDS, 2005 apud SOARES, 2006, p. 7).

Diante dos aspectos do objeto empírico da pesquisa, destaca-se que o olhar direcionado ao Twitter tem como embasamento inicial fragmentos da realidade, conforme as experiências pessoais na rede social em questão. Pois, ao utilizar constantemente o Twitter, notou-se a atuação frequente dos jornalistas durante o período eleitoral de 2022.

Entman (1993), autor chave que guia os estudos sobre a análise de enquadramento, destaca que “os quadros que orientam o pensamento e a conclusão do receptor podem ou não refletir nos quadros do texto e na intenção do enquadramento do comunicador” (ENTMAN, 1993, p. 52)²⁷. Logo, o que auxilia a definir a reflexão sobre os quadros do comunicador é a seleção, destaque e uso dos elementos que constroem argumentos sobre problemas, gerando uma avaliação e/ou solução (ENTMAN, 1993, p. 53). Com isso, entende-se ser possível identificar os valores, pensamentos e atitudes de um indivíduo através da mensagem que ele dissemina, uma vez que “o enquadramento funciona para moldar e alterar as interpretações e

²⁷ Texto original: “The frames that guide the receiver's thinking and conclusion may or may not be reflected in the text frames and the communicator's framing intent” (ENTMAN, 1993, p. 52).

preferências dos membros do público” (ENTMAN, 2007, p. 164)²⁸. No caso da pesquisa, o indivíduo é o jornalista que cobre política no Brasil e o foco da mensagem compartilhada por ele é o segundo turno das eleições presidenciais de 2022. Mas antes de avançar na discussão sobre o uso da metodologia, necessita-se explicar o termo “quadros”.

Goffman (2012), ao querer analisar a realidade social faz uso excessivo do termo “quadros” que, segundo o próprio, é a definição dos princípios da organização que governam os acontecimentos sociais, conforme o envolvimento dos indivíduos. Dito isso, é um slogan voltado à organização da experiência (GOFFMAN, 2012, p. 34). Ao parafrasear Goffman, pode-se dizer que o termo “quadros” é como se fosse a típica canção chiclete que toca em todo lugar durante o carnaval. Como o próprio autor em questão trata, ao estudar os quadros sociais percebe-se uma autonomia, quase que uma liberdade, para enquadrar sentidos nas falas propagadas por terceiros (GOFFMAN, 2012, p. 36). Contudo, o que realmente importa é a compreensão da mensagem final compartilhada pelo objeto de estudo que, neste caso, são os perfis de jornalistas da área política no Twitter.

Ainda sobre os estudos de Goffman, porém através da perspectiva de Mendonça e Simões (2012), entende-se que o objetivo do autor não é investigar, de modo complexo e demasiado, os sistemas sociais, mas sim observar interações do dia a dia, aquelas que ditam a experiência dos indivíduos sociais. Tais situações fazem com que as pessoas se perguntem a si mesmos: “O que está acontecendo?” (GOFFMAN, 1986 apud MENDONÇA, SIMÕES, 2012, p. 189). Essa questão não está por acaso no título da monografia, o propósito dela é ser respondida pela análise de enquadramento, visto que é uma pergunta que também estampa a aba em que as pessoas escrevem seus *tweets*.

Como parte da metodologia, a pesquisa utiliza tanto o método qualitativo quanto o quantitativo. De modo detalhado, para a amostra quantitativa foram coletados dados dos *tweets* dos jornalistas, como quantidade de *tweets*, *retweets*, *tweets* comentados e respondidos durante o segundo turno. Outros fatores coletados foram a quantidade de postagens realizadas pelos jornalistas da área política ao opinarem sobre um dos dois candidatos, assim como os conteúdos compartilhados de outros meios - como links de matérias, vídeos e imagens.

Referente às imagens e vídeos, destaca-se a possibilidade dos jornalistas da área política utilizarem conteúdos imagéticos altamente salientes ao contexto nos quais estão inseridos - cenário do segundo turno eleitoral de 2022 - ou seja, “perceptíveis,

²⁸ Texto original: “Framing works to shape and alter audience members' interpretations and preferences” (ENTMAN, 2007, p. 164).

compreensíveis, memoráveis e emocionalmente carregados” (ENTMAN, 2003)²⁹. Neste sentido, o critério de seleção foi a constatação da presença de comentários opinativos do jornalista dono do perfil ou sobre o cenário político do país ou sobre um dos candidatos do segundo turno.

Após o levantamento quantitativo, a pesquisa irá focar no método qualitativo, sendo que busca-se compreender as ações humanas, mas não justificá-las. Diante disso, serão feitas sínteses dos *tweets* publicados pelos jornalistas, visto que o foco da pesquisa são os enquadramentos aprofundados sobre as publicações dos profissionais que circulam na internet, a fim de entender como o profissional da comunicação age no perfil pessoal de uma rede social que exige participação opinativa. Para além das sínteses, a pesquisa desenvolveu uma linguagem de programação por Python, com o objetivo de descobrir as palavras que foram mais repetidas pelos jornalistas da área política durante o segundo turno das eleições de 2022.

A escolha dos dois métodos parte da relação das técnicas de amostragem, sendo a probabilística que faz uso de métodos quantitativos e estatístico de análise e a não-probabilística que usa métodos qualitativos, pelo fato de o pesquisador não conhecer a probabilidade de cada parte selecionada para pesquisa (LOPES, 2005, p. 144-145).

Ainda sobre os dados quantitativos, vale destacar como o percurso metodológico começou a ser posto em prática. Após visualizar alguns tweets de Reinaldo Azevedo na *timeline* do Twitter, a pesquisa buscou observar os perfis de demais jornalistas especializados em política. A pré-seleção de jornalistas utilizou como delimitador a quantidade de seguidores, com base em profissionais com mais visibilidade na área política. Com isso, foi criada uma lista com 15 jornalistas especializados em tal editoria mais seguidos no Twitter. Antes de apresentar os jornalistas e a quantidade de seguidores de cada um, vale destacar que o levantamento foi realizado no dia 26 de março de 2023, pois, até o final da pesquisa é bem provável que tais números se alterem. Os jornalistas selecionados em um primeiro momento foram:

TABELA 1 - Jornalistas da área política com mais seguidores no Twitter

Jornalistas Políticos	Seguidores
Alexandre Garcia	4,1 mi
Miriam Leitão	3,1 mi

²⁹ Texto original: “Noticeable, understandable, memorable and emotionally charged” (ENTMAN, 2003).

Augusto Nunes	2,3 mi
Mônica Bergamo	1,9 mi
Guga Chacra	1,5 mi
Rachel Scheherazade	1,5 mi
Reinaldo Azevedo	1,5 mi
Andréia Sadi	1,3 mi
Ricardo Noblat (Blog do Noblat)	1,2 mi
Vera Magalhães	931,3 mil
Gerson Camarotti	864,4 mil
Eliane Cantanhêde	811,6 mil
Natuza Nery	547,2 mil
Kennedy Alencar	374,2 mil
Guilherme Amado	167,5 mil

FONTE: Elaboração própria.

Após verificar quais jornalistas da área política tinham mais seguidores no Twitter, o próximo passo foi reduzir o número de profissionais selecionados. Para tal filtragem, utilizou-se novamente como critério a quantidade de seguidores de cada jornalista, em que o perfil que tivesse mais de 1 milhão de seguidores no Twitter faria parte da seleção que compõe a análise quantitativa. Com isso, chegou-se ao total de nove jornalistas da área política, sendo ele: Alexandre Garcia; Miriam Leitão; Augusto Nunes; Mônica Bergamo; Guga Chacra; Rachel Sheherazade; Reinaldo Azevedo; Andréia Sadi; Ricardo Noblat. Logo, esses nove jornalistas que fizeram a cobertura política durante o segundo turno das eleições de 2022 foram analisados.

Contudo, é válido mencionar que, desses nove jornalistas, somente quatro deles compõem a análise de enquadramento, sendo eles: Alexandre Garcia; Augusto Nunes; Mônica Bergamo; e Reinaldo Azevedo. Alguns dos motivos considerados no momento da seleção final foram: a) a atuação dos jornalistas na área da política, sejam como comentaristas ou informantes; b) a visibilidade dos jornalistas da área que mais participaram ativamente do Twitter na época do segundo turno das eleições de 2022, como é o caso de Bergamo e Azevedo devido à quantidade de conteúdos compartilhados por eles; c) a pluralização de

opiniões, uma vez que Garcia e Nunes são porta-vozes da direita brasileira, enquanto os outros Azevedo busca criticar, de modo enfático, o ex-presidente Jair Bolsonaro e Bergamo tenta utilizar da neutralidade para expor o cenário político da época; d) o fator tempo, visto que a quantidade de dados coletados iria resultar em um extenso trabalho de conclusão de curso.

Antes de expor os dados quantitativos da pesquisa, é interessante explicar como funcionou o percurso para se chegar aos conteúdos que farão parte da análise de enquadramento. Mas para entender melhor o procedimento, necessita-se mencionar o mercado financeiro das redes sociais. No dia 27 de outubro de 2022 - três dias antes do segundo turno eleitoral do Brasil - o bilionário sul-africano Elon Musk passa a ser dono do Twitter, que agora é o atual X. Devido a rede social ser parte do objeto empírico da pesquisa - a mesma que busca analisar os perfis dos jornalistas da área política na rede social em questão - a aquisição passou a ser um problema. Pois, por ter investido US\$ 44 bilhões, Elon Musk revolveu privar o banco de dados do Twitter. Logo, as demais plataformas que disponibilizam os dados da rede social - como o *Twitonomy*³⁰ - suspenderam os serviços.

Com isso, a pesquisa optou por ter acesso ao do *Application Programming Interface* (API) - ou Interface de Programação de Aplicação, em português - ferramenta que serve para recuperar e analisar dados da rede social de forma programática. O API possui pacotes de planos pagos, que, dependendo do valor, podem ter acesso aos mais de 300 mil conteúdos criados na plataforma. A pesquisa escolheu utilizar a versão gratuita, porém limitada, do API em que os dados eram restritos a 1.500 *tweets* por projeto. Porém, como a ferramenta tinha acesso somente a 1.500 *tweets* por projeto, a pesquisa optou por coletar os dados por meio da opção “busca avançada” do próprio Twitter. Tal ferramenta permite filtrar *tweets* ou perfis específicos, sobre determinados tópicos. Após acessar os dados, a busca utilizou filtros, sendo o de “perfil” e “datas”. A partir disso, a análise quantitativa foi feita com cada jornalista entre os dias 03 e 30 de outubro - período do segundo turno.

Depois de ter acesso ao banco de dados da busca avançada do Twitter, criou-se uma tabela Excel³¹ para salvar a análise, visto que, como já mencionado anteriormente, a ferramenta era restrita e não organizava de forma automática os conteúdos da rede social. Na

³⁰ A plataforma de monitoramento, criada por Matthieu Fyot, tinha funções desde filtrar palavras twittadas, até selecionar contas dos usuários que se pretendia observar. A *Twitonomy* foi considerada como primeira opção para realizar o levantamento quantitativo da pesquisa. Porém, como Elon Musk impôs restrições à divulgação do banco de dados do Twitter, a ferramenta suspendeu seu funcionamento.

³¹ Tabela com todos os dados disponível em: https://docs.google.com/spreadsheets/d/1UPv2dHAORqe2ObXL1MIC646g1t2FTx4KF5yWO_84oSM/edit?usp=sharing

tabela, foram observados e coletados tópicos como: *tweets*, *retweets*, *tweets* com comentários, *tweets* respondidos e conteúdos em anexo - publicações que continham somente imagem ou vídeo. Cada um dos nove jornalistas da área política possui uma aba separada com dados filtrados e na mesma tabela está salvo o link original de cada *tweet*. Devido a quantidade de conteúdos para serem coletados, a análise quantitativa foi realizada durante todo o mês de maio de 2023, com dias da semana intercalados, visto que era um processo manual, tanto de filtrar os perfis, conforme os dias específicos que correspondiam ao segundo turno das eleições de 2022, como de lê-los, anexá-los na tabela e ainda salvar o link do conteúdo original.

Destaca-se que os critérios de seleção dos tweets foram justamente os dois primeiros objetivos específicos: identificar de que forma os jornalistas abordam no Twitter os dois candidatos que disputaram o cargo de presidente durante o segundo turno das eleições de 2022; e observar as maneiras pelas quais os jornalistas explicam o contexto político no Brasil, conforme o segundo turno das eleições, por meio das ferramentas disponibilizadas pelo Twitter. Ou seja, se o jornalista analisado fazia menção a um programa jornalístico que não tinha nenhuma ligação, ou com um dos dois candidatos ou com o cenário político da época, logo o *tweet* era descartado. Portanto, tais objetivos se mantiveram como parâmetros da seleção do conteúdo.

4.1. VAZARAM: DADOS COLETADOS

Como forma de conclusão da análise quantitativa, apresenta-se alguns fatores encontrados durante a coleta. Para isso, os dados a seguir serão expostos de forma exemplificada. Destaca-se, novamente, que os dados originais estão registrados em uma tabela de Excel - local no qual organiza os tweets dos jornalistas da área política. A coleta foi realizada com cada um dos nove jornalistas pré-selecionados, em que o primeiro foi o que tinha mais seguidores e assim por diante.

O jornalista Alexandre Garcia foi o primeiro a ter os dados do perfil no Twitter coletados. Ao todo, Alexandre possui 13 conteúdos compartilhados entre os dias 03 e 30 de outubro de 2022 - período do segundo turno eleitoral. Desses, 12 são *tweets* do próprio jornalista e o outro é um link de uma live transmitida no canal do Youtube “Liga da Defesa Nacional - Diretoria Estadual do Rio de Janeiro, no dia 06 de outubro de 2022. Até o dia 08 de maio de 2023, o jornalista tinha cerca de 6.826 *tweets* no total. Com isso, percebe-se que Alexandre Garcia não foi tão ativo em sua conta do Twitter durante o período do segundo turno eleitoral.

A segunda jornalista que obteve os dados do seu perfil coletados foi Miriam Leitão. No geral, Miriam possui cerca de 139 conteúdos compartilhados entre os dias 03 e 30 de outubro, desses 132 são *tweets*, 6 *tweets* com comentários e 1 *tweet* respondido. Diferente de Alexandre Garcia, Miriam Leitão foi muito mais ativa no Twitter durante o segundo turno das eleições de 2022. Até o dia 08 de maio de 2023, Leitão tinha *tweetado* cerca de 49 mil vezes.

A terceira coleta de dados ocorreu com o jornalista Augusto Nunes que, entre os dias 03 e 30 de outubro, compartilhou cerca de 16 conteúdos. O jornalista *tweetou* cerca de 11 vezes e *retweetou* conteúdos de terceiros outras 5 vezes. O Caso de Nunes é semelhante ao do colega de profissão, Alexandre Garcia, visto que ambos *tweetaram* pouco durante o segundo turno eleitoral. Com base no dia 09 de maio de 2023 - data em que os dados foram coletados -, Augusto Nunes possui 25,5 mil *tweets*.

A quarta conta a ter os dados do Twitter coletados foi a de Mônica Bergamo que, ao todo, compartilhou 144 conteúdos na rede social, dentro do período de análise estipulado. Diante desse total, 92 deles eram *tweets* realizados pela própria jornalista, 46 eram *tweets* com comentário e 6 eram *tweets* respondidos. De modo preliminar, pode-se constatar que a jornalista foi uma das que mais utilizou o perfil no Twitter para comentar, tanto sobre os candidatos à presidência no segundo turno como sobre o cenário político de outubro de 2022. Por fim, até o dia 11 de maio de 2023, Mônica Bergamo tinha disseminado conteúdos 21,4 mil vezes.

O quinto perfil analisado quantitativamente foi o do jornalista Guga Chacra. O caso de Guga se mostrou diferente dos demais jornalistas analisados até então, pois ele *retweetou* muito mais do que *tweetou*. Dentre os 92 conteúdos elaborados nos dias 03 e 30 de outubro de 2023, 24 eram *tweets* do próprio jornalista, 3 eram *tweets* com comentários e 1 era uma resposta a um *tweet* de alguém. Os outros 65 conteúdos divulgados por Guga eram *retweets*. Com isso, Guga Chacra não comentou diretamente sobre os critérios de análises definidos e já mencionados, mas, de forma indireta, mostrou a sua opinião sobre os candidatos à presidência e o cenário político brasileiros da época. O total de conteúdos criados e compartilhados pelo jornalista resultaram em 78,5 mil, isso até o dia 17 de maio de 2023.

Os dados da conta do Twitter da jornalista Rachel Sheherazade fizeram parte da sexta coleta de dados. Ao todo, 103 conteúdos foram reunidos, em que 45 eram *tweets*, 13 *retweets*, 8 *tweets* comentados e 37 eram respostas aos demais perfis da rede social. Pode-se dizer que a jornalista foi a que mais respondeu às demais contas no Twitter, visto que ela adotou uma postura voltada às imposições de ideias. Até o dia 18 de maio de 2023, Rachel Sheherazade tinha o total de 26,3 mil conteúdos compartilhados no perfil do Twitter.

Antes de falar do perfil do jornalista Reinaldo Azevedo, o sétimo que integra a tabela de análise quantitativa, necessita-se explicar o levantamento de dados da conta da jornalista Andréia Sadi. A jornalista estava cotada entre os nove perfis que fariam parte da pré-seleção da análise quantitativa, tanto é que os dados do perfil de Sadi foram coletados, porém, a coleta foi interrompida ao chegar nos conteúdos do dia 20 de outubro de 2022 - faltando 10 dias para a votação do segundo turno.

O motivo para não continuar a coletar os dados do perfil da jornalista Andréia Sadi no Twitter foi a falta de opinião nos conteúdos compartilhados por ela, visto que a mesma apenas utilizava sua conta para divulgar trechos do programa que apresenta na *Globonews*, o *Estúdio i*. Com isso, a coleta não estava seguindo os critérios propostos pela análise, que se resume a comentar sobre os candidatos à presidência durante o segundo turno e o cenário político de 2022. Pode-se dizer, que Sadi tem o perfil no Twitter voltado à autopromoção e ao jornalismo declaratório, deixando de lado a opinião.

Agora, a sétima conta analisada foi a do jornalista Reinaldo Azevedo que compartilhou um total de 134 conteúdos de interesse para a pesquisa, entre os dias 03 e 30 de outubro de 2022. Por ter sido uma das inspirações da presente pesquisa, a expectativa para a filtragem de dados da conta de Reinaldo estava alta. Pode-se dizer que a análise do perfil do jornalista no Twitter foi satisfatória, pois, ao todo, Reinaldo Azevedo entregou 111 *tweets* próprios, 15 *tweets* com comentários e 8 respostas aos demais perfis da rede social. O jornalista encaixa-se no quesito do perfil que analisa e opina, tanto sobre os candidatos quanto sobre o cenário político de outubro de 2022. Até o dia 26 de maio de 2023, Reinaldo Azevedo tinha compartilhado cerca de 59,4 mil conteúdos no perfil do Twitter.

Por fim, o último perfil analisado quantitativamente foi o do jornalista Ricardo Noblat, que tem como *username* 'Blog do Noblat'. Os dados do jornalista em questão levaram cerca de uma semana para serem coletados, visto que Noblat foi o perfil que mais compartilhou material, em disparado, entre os dias 03 e 30 de outubro de 2022. Ao todo, o jornalista tem 387 conteúdos compartilhados. Desses, 26 são apenas foto ou vídeo em anexo, 333 *tweets*, 29 *tweets* com comentários e 3 retweets.

Considera-se que Noblat foi o jornalista mais ativo da rede social durante o período do segundo turno. Obviamente que o filtro de análise precisou ser seguido à risca no caso do perfil do jornalista, uma vez que Noblat possui o costume de apenas copiar e colar as manchetes que estão circulando nos principais jornais e portais do Brasil. Para se ter uma ideia, Ricardo Noblat compartilhou, até o dia 06 de junho de 2023, cerca de 351,8 mil *tweets*.

Com isso, a coleta dos dados quantitativos auxiliou na seleção do perfil dos jornalistas no Twitter e que possuem participação ativa ao comentar, pelo menos, um dos dois candidatos do segundo turno das eleições presidenciais de 2022. Logo, os dados retirados do Twitter fazem parte de uma amostragem representativa, considerando os atores pré-determinados que vão compor essa pesquisa - os jornalistas.

Para as técnicas de coletas, mesmo que a pesquisa seja realizada somente em uma rede social, entende-se que a observação fará parte da análise. Soares (2006) também discute sobre o processo de observação do pesquisador:

Observar sistematicamente como cada uma delas é representada nos textos, títulos, legendas, destaques, identificando e fazendo uma relação dos substantivos, adjetivos, frases, metáforas e ironias, usados para referir-las, de modo a construir listas das expressões relativas a elas. Estes repertórios formam os dados brutos preliminares, que serão tratados na fase seguinte. É importante observar, também, capas, fotos, charges, ilustrações, identificando os signos implícitos nessas representações gráficas que se refiram às categorias anteriormente indicadas. No entanto, como essa atividade focaliza representações não linguísticas, pode constituir um quadro de observações próprio, sendo objeto de uma análise específica (SOARES, 2006, p. 14-15).

A pesquisa buscou priorizar a pluralidade de opiniões, independente da escolha política expressada nos conteúdos compartilhados pelos jornalistas da área em seus perfis no Twitter. Portanto, a pluralidade política é um dos critérios fundamentais de seleção, visto que, mais uma vez, o objetivo da pesquisa é analisar se os tais profissionais opinaram de forma expressiva sobre os candidatos que disputaram as eleições presidenciais de 2022, durante o segundo turno, a fim de enquadrar tais sentidos. Neste sentido, reforça mais uma vez, a escolha de somente quatro jornalistas, dentre os nove que tiveram os dados coletados para compor a análise qualitativa voltada ao enquadramento dos tweets dos profissionais especializados na área política.

Como a análise em questão foi realizada com base nos dados coletados diretamente do Twitter, surgiu a curiosidade de descobrir quais palavras foram mais twittadas e retweetadas pelo jornalista. Para isso, utilizou-se a linguagem de programação, orientada a objetos, Python³². A aplicação foi integrada ao *Colaboratory* do Google³³, devido a facilidade para lidar com a linguagem, sem precisar fazer download de programas externos. No geral, a programação buscou focar na contagem exata de palavras, sem se preocupar com artigos e

³² Conforme o artigo da Amazon (ANO), o Python é usado em aplicações da Web, desenvolvimento de software, ciência de dados e machine learning (ML) - responsável por identificar dados massivos e realizar uma análise preditiva.

³³ Ver resultado da programação pelo link: [🔗 Repetições Twitter \(TCC Lerianny\)](#)

demais termos que não interessam a pesquisa. A análise focou nos conteúdos compartilhados por Alexandre Garcia, Augusto Nunes, Mônica Bergamo e Reinaldo Azevedo no Twitter.

Com isso, estipulou-se um limite de leitura de até 50 palavras para cada um dos jornalistas selecionados. Para verificar somente as palavras que interessam à pesquisa, outra filtragem foi posta em prática. Como os critérios de análise dizem respeito aos objetivos específicos da pesquisa, as menções a um dos dois candidatos ou a palavras que condizem com o cenário político da época serviram como filtros³⁴.

4.2. HISTÓRICO: PESQUISA BIBLIOGRÁFICA

Para que a pesquisa avançasse, uma pesquisa bibliográfica foi realizada. Em meio às buscas, o texto que ajudou a desenvolver o *insight* (BRAGA, 2005) foi o artigo "*Ancorado no passado, twittando do presente: viés cognitivo nas escolhas de palavras dos jornalistas*", de Lee e Hamilton (2022), que de certa maneira confirmou ser possível de seguir com o projeto. A pesquisa em questão foi encontrada após ler uma matéria do grupo de comunicação jornalística, Poder360³⁵.

Após isso, foram feitas leituras de pesquisadores da área do jornalismo e redes sociais, como: Bloom *et. al* (2015), Caselli e Pimenta (2011), Deuze e Witschge (2016), Ferreira (2019), Hermida (2010), López-Rabadán e Mellado (2019), Lucena (2020), Luz (2023), Marta-Lazo e Garcia-Idiakez (2014), Primo (2007), Recuero (2009), Santaella e Lemos (2010), Zago (2011). A maioria dos textos foram encontrados através do Google *Scholar* e os demais foram indicados como leitura complementar pelo programa da disciplina de Webjornalismo. Com isso, um dos procedimentos metodológicos é justamente a revisão literária de conceitos e estados da arte que ajudam a desenvolver a pesquisa.

Tais perspectivas de análises, sejam de *frames* ou quantitativas, servem para refletir, tanto sobre a postura dos candidatos e o segundo turno das eleições presidenciais, assim como o cenário político da época, utilizando como base as perspectivas retratadas pelos quatro jornalistas selecionados para compor o trabalho de conclusão. Uma vez que a representação da identificação do jornalista atual, com base nos conteúdos compartilhados em seus perfis pessoais do Twitter, abrem espaço para mapear e diagnosticar como o profissional especializado em política brasileira age em uma ambiência digital e desprovida, até certo ponto, de profissionalismo. Toda essa discussão qualitativa será realizada nos capítulos

³⁴ Questões sobre apropriação das lógicas e processos adotadas pelos jornalistas relativos ao Twitter, serão discutidas em outro momento da pesquisa.

³⁵ Acesso a matéria completa: <https://www.poder360.com.br/nieman/jornalistas-mostram-mais-vieses-cognitivos-no-twitter/>.

seguintes, diante dos conteúdos de Alexandre Garcia, Augusto Nunes, Mônica Bergamo e Reinaldo Azevedo no Twitter.

5. HITARAM: JORNALISTAS SOLTAM O VERBO NO TWITTER

O presente capítulo traz a análise qualitativa sobre cada um dos quatro jornalistas especializados em política que foram selecionados. Diante da necessidade de compreender quem são esses profissionais, visto que, muito além de seus perfis no Twitter, todos os quatro possuem uma carreira consolidada como jornalistas da área no Brasil. Portanto, uma breve contextualização sobre a trajetória de Alexandre Garcia, Augusto Nunes, Mônica Bergamo e Reinaldo Azevedo será apresentada a seguir.

Vale mencionar que os enquadramentos apresentados fazem parte de uma análise referente a cada um dos quatro jornalistas citados. Os resultados³⁶ sobre quais palavras foram mais *twittadas* e *retweetadas* pelos profissionais, além de quantas vezes elas apareceram em seus perfis no Twitter, também serão apresentados neste capítulo. Uma vez que, diante dos critérios selecionados, a parte quantitativa da análise ajuda a refletir e orientar o pensamento e a conclusão dos quadros encontrados em conteúdos compartilhados pelos jornalistas especializados na política brasileira.

5.1. ENQUADRAMENTOS DO SEGUNDO TURNO, POR @ALEXANDREGARCIA

Conforme o Museu Brasileiro de Rádio e Televisão (MBRTV)³⁷, o jornalista, colunista político e apresentador Alexandre Garcia é natural de Cachoeira do Sul, cidade do Rio Grande do Sul. Formado em comunicação social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS), Alexandre teve seu primeiro emprego como estagiário na editoria de economia na sucursal do Jornal do Brasil instalada no Rio Grande do Sul, mesmo local no qual se tornou correspondente internacional enviado à Argentina. No final da década de 1970, com a Ditadura Militar já instaurado no país, Garcia continuou atuando no Jornal do Brasil, mas deixou o cargo para ser secretário de imprensa do governo de João Figueiredo³⁸. Após atuar por 18 meses como no governo de Figueiredo, Garcia deixou o cargo devido a uma entrevista que ele teria dado às revistas eróticas *Playboy* e *Ele & Ela*, visto que na última ele estaria semi-nu na capa.

³⁶ Para chegar aos enquadramentos finais, a pesquisa buscou evidenciar os termos que mais apareciam nos tweets e conteúdos dos jornalistas analisados. Após tal mapeamento de termos, encontravam-se os frames. Porém, destaca-se que, em alguns casos, a análise precisou interpretar as entrelinhas para entender “o que estava acontecendo” - com base nos conteúdos estudados -, visto que alguns dos profissionais buscavam não deixar tão explícito a opinião diante dos candidatos ou cenário eleitoral da época. Mas, ao utilizar a interpretação e sentido histórico, nos quais tais conteúdos foram publicados, foi possível evidenciar as postagens analíticas dos comunicadores analisados e enquadrá-las.

³⁷ Conferir site do MBRT: <https://www.museudatv.com.br/biografia/alexandre-garcia/>.

³⁸ João Baptista de Oliveira Figueiredo foi o 30º Presidente do Brasil, de 1979-1985, sendo o último do período da Ditadura Militar.

Em 1983, foi contratado pela TV Manchete, onde atuou como correspondente no Líbano, tornando-se diretor da sucursal de Brasília. Na segunda metade da década de 1980, Garcia foi trabalhar na Rede Globo, onde se tornou diretor de jornalismo da sucursal de Brasília. Na emissora, o jornalista atuou nos principais telejornais, sendo o Jornal Nacional, Jornal Hoje, Jornal da Globo, Bom dia Brasil, além do programa Fantástico.

Segundo o portal Na Telinha, do grupo UOL³⁹, o jornalista brasileiro deixou a Rede Globo em 2018. Dois anos depois, com a instalação do grupo CNN no país, Garcia foi contratado para ser comentarista. Porém, em 2021 foi demitido do canal, por defender, inúmeras vezes, o uso de medicamentos sem eficácia contra a Covid-19, indo de encontro com o discurso negacionista do, então Presidente da República na época, Jair Messias Bolsonaro (PL). Um tempo depois, o jornalista foi contratado pela Jovem Pan, para ser comentarista político.

Em sua *bio* no Twitter, o jornalista destaca que é comentarista em 38 jornais e 300 rádios do Brasil. Atualmente, ele possui um canal no YouTube, em que faz análises diárias sobre a política e economia do país. Alexandre Garcia está no Twitter desde maio de 2016 e conta com 4,2 milhões de seguidores⁴⁰. O comunicador possui somente 13 conteúdos publicados em seu Twitter, durante o segundo turno das eleições de 2022, porém, mesmo que a quantidade seja restrita, comparado aos demais jornalistas analisados, Garcia ainda consegue expressar opinião referente aos candidatos e ao cenário eleitoral da época. Outro ponto interessante sobre o jornalista, é o fato dele ser declarado uma pessoa com viés de direita, logo, Garcia não esconde sua aliança e comprometimento com o ex-presidente Bolsonaro.

5.1.1. Vendendo o peixe

Por meio do resultado obtido a partir do código em Python, foram coletados os termos que mais foram compartilhados por Alexandre Garcia através de seu perfil no Twitter. Destacam-se aqui as palavras que mais fazem sentido com o contexto da pesquisa, eliminando artigos e preposições, por exemplo. Entre os 13 conteúdos propagados pelo jornalista, o termo “YouTube” apareceu seis vezes, uma vez que Garcia é um verdadeiro sinônimo de autoreferencialidade por compartilhar diversas vezes seu trabalho como jornalista e analista político.

³⁹ Conferir site: <https://natelinha.uol.com.br/famosos/tudo-sobre/alexandre-garcia>.

⁴⁰ O jornalista adquiriu 1.000 seguidores a mais, se comparado ao primeiro momento de análise da pesquisa, feita em 26 de março de 2023.

Os demais termos que mais se repetiram no Twitter de Garcia, durante o período de recorte da pesquisa, foram “turno”, “pesquisa” e “curso”, aparecendo quatro vezes em cada um dos três casos. As palavras compartilhadas pelo comunicador possuem ligação com o cenário eleitoral, pois, Garcia sempre adotou a postura de alguém que contesta os resultados, seja das pesquisas eleitorais ou da urna eletrônica. Referente a palavra “curso”, o jornalista reforça a ideia do profissional que possui uma rede social pessoal para autopromover seu trabalho.

Ao obter tais dados quantitativos, foi criada uma nuvem de palavras, com o objetivo de mostrar visualmente as repetições de termos com base nos conteúdos de Garcia.

FIGURA 1 - Nuvem de palavras dos termos mais citados por Alexandre Garcia no Twitter



FONTE: Elaboração própria.

No geral, os termos compartilhados por Garcia não se repetiram tantas vezes, até porque o jornalista não se preocupou em *tweetar* muito durante o segundo turno das eleições presidenciais de 2022. Mas todos os termos citados servem para refletir sobre a opinião que o analista político adotou, a fim de alimentar os aliados de direita, e possíveis eleitores do candidato Bolsonaro, que o acompanhavam pelo Twitter.

5.1.2. Bolsonaro, Lula e o cenário eleitoral, por @alexandregarcia

Através dos somente 13 conteúdos divulgados por Alexandre Garcia, no decorrer do segundo turno eleitoral de 2022, nota-se como ele é articulista, uma vez que, mesmo aparecendo poucas vezes no Twitter, o jornalista consegue passar uma mensagem clara: o do apoiador do conservadorismo, da direita e do bolsonarismo, além de causar intrigas. Garcia limitou-se a citar ambos os candidatos, Bolsonaro e Lula, mas é possível encontrar menções nas entrelinhas dos *tweets*.

Como forma de destacar quais *frames* apareceram nos 13 conteúdos criados e compartilhados por Garcia no Twitter, a pesquisa traz a seguir tabelas, para simplificar os termos gerais que se repetiram, ao menos, mais de duas vezes. Os enquadramentos mapeados são condizentes com a opinião que o jornalista expressou referente aos candidatos Bolsonaro e Lula, e ao cenário eleitoral de 2022. As planilhas foram produzidas a partir de uma primeira sintetização de termos acionados. Após essa primeira análise, a pesquisa trará uma composição macro dos *frames* encontrados nos conteúdos do jornalista.

TABELA 2: Chaves gerais dos *tweets* de Alexandre Garcia sobre Jair Bolsonaro

TERMOS	REPETIÇÕES
Vítima de perseguição	3 vezes

FONTE: Elaboração própria.

A menção a Bolsonaro só apareceu uma única vez de modo explícito nos *tweets* de Garcia. Contudo, foi possível encontrar duas situações nas quais o jornalista taxa o candidato à reeleição como uma vítima, um pobre injustiçado seja pelas pesquisas eleitorais ou pela censura. Referente a censura, Garcia faz menção ao 22, número partidário de Bolsonaro, por ter sido candidato ao Partido Liberal (PL). O comentário do jornalista é reflexo da - segundo Garcia - censura que a Jovem Pan teria sofrido por parte do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), em outubro de 2022⁴¹. Logo, se os eleitores e apoiadores de Bolsonaro são vítimas, para Garcia, como mostram seus *tweets*, o candidato também é vítima.

Portanto, pode-se definir que o *frame* encontrado nos conteúdos divulgados por Garcia, durante o recorte temporal da pesquisa, referente a Jair Bolsonaro, se enquadra como *Injustiçado*. Pois, para o jornalista, o candidato é alvo direto de perseguição, seja do Supremo Tribunal Supremo Eleitoral (TSE) ou do Supremo Tribunal Federal (STF). Neste sentido, ao

⁴¹ Conforme o próprio TSE (2022), a rádio não foi censura, mas apenas determinou, em três decisões, que o grupo midiático concedesse direito de resposta à coligação Brasil da Esperança, devido às declarações emitidas por comentaristas da emissora, que foram julgadas como falsas ou ofensivas.

TSE tentar “censurar” a rádio Jovem Pan de tecer comentários críticos - que se mostraram inverídicos - sobre a oposição, reforça como Bolsonaro e seus aliados são vítimas, conforme Garcia.

TABELA 3 - Chaves gerais dos tweets de Alexandre Garcia sobre Lula

TERMOS	REPETIÇÕES
Não representa o povo	3 vezes

FONTE: Elaboração própria.

O jornalista da área política não chega a citar Lula de modo direto. Porém, ao tecer análises sobre o cenário eleitoral, nota-se que Garcia descredibiliza a quantidade de votos que o candidato à presidência recebeu no primeiro turno das eleições de 2022. Para Garcia, o fato de senadores e deputados federais e estaduais de direita serem eleitos, mostra uma impossibilidade de Lula ter recebido mais votos dos eleitores. Ou seja, o comunicador traz um discurso que o candidato, além de não representar a maioria do povo, também abre interpretações para a possibilidade de uma possível fraude eleitoral.

Contudo, referente a Lula, pode-se dizer que o enquadramento que reverbera o discurso emitido por Garcia ressalta a ideia de *Controversa*, pois, o candidato é o oposto do que o eleitor brasileiro quer - isso, segundo a opinião de Garcia. Afinal, se a maioria voto em políticos de direita para os demais cargos eleitorais, não faz sentido querer um candidato de esquerda como presidente, mas sim um que tenha o mesmo viés político dos demais, como é o caso de Bolsonaro. O ponto de vista de Garcia abre margens para indagações e descredibilização, tanto de uma possível vitória injusta, caso Lula ganhe - o que aconteceu - como de instabilidade eleitoral.

TABELA 4 - Chaves gerais dos *tweets* de Alexandre Garcia sobre o cenário político

TERMOS	REPETIÇÕES
Confuso	5 vezes
Oráculo	3 vezes
Pesquisas erradas	2 vezes
Censura	2 vezes

FONTE: Elaboração própria.

Os termos que aparecem através das opiniões e análises de Garcia, em seu perfil pessoal no Twitter, passam a interpretação, na maioria dos casos, de um cenário eleitoral completamente instável. Por reforçar uma ideia de realidade desequilibrada, Garcia aproveita tal argumento para tentar instaurar o caos na mente dos eleitores, principalmente aos aliados de Bolsonaro. Pois o jornalista possui os trejeitos de alguém que sabe o que está dizendo, por isso o termo “oráculo”, uma vez que Garcia assume o papel de conselheiro e mestre. Como mostra a imagem a seguir:

IMAGEM 1 - Print do *tweet* de Alexandre Garcia sobre a descredibilização das pesquisas eleitorais



FONTE: Reprodução/Twitter.

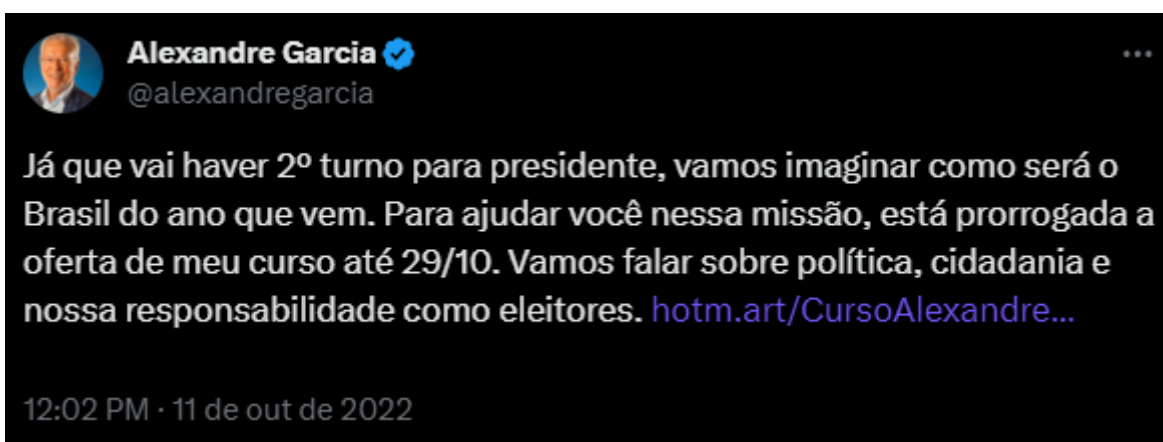
Com base nesse conteúdo divulgado pelo jornalista, é possível compreender que ele usa de sua experiência na comunicação voltada à política brasileira, para criticar o que lhe afeta também como eleitor. Logo, o comunicador também se sente no direito de passar seus ensinamentos para as demais pessoas. Por isso, Garcia vende cursos sobre o cenário eleitoral do país.

Devido ao viés político de Garcia, percebe-se o modo como o profissional busca, a todo instante, descredibilizar as pesquisas eleitorais. Para o jornalista os dados sobre as eleições são equivocados. Como a opinião de Garcia é condizente com a dos eleitores de

Bolsonaro, não é de se estranhar que ele cite o termo “censura”, porém, diferente dos *frames* identificados nos conteúdos de outros comunicadores que compõem esta pesquisa, o profissional utiliza a palavra para atacar o TSE e apoiar as atitudes dos comunicadores da rádio Jovem Pan, que também são aliados de Bolsonaro. Com isso, concluí que, aqueles que estão contra Bolsonaro estão equivocados, mesmo que tenha provas e dados concretos.

De modo geral, os enquadramentos que se destacam nos conteúdos de Garcia com base no cenário eleitoral de outubro de 2022 reverberam o posicionamento do jornalista, através da *Instabilidade política* e do papel de *Oráculo*. Pois, ao abordar a ideia de instabilidade, o comunicador oferta o descontentamento seja com as pesquisas eleitorais, ou com as ações contra os aliados do candidato que ele defende. Sobre o termo *Oráculo*, assim como nos filmes de Matrix⁴², Garcia mantém uma postura de alguém que tudo sabe, que não chega a dizer em alto e bom tom qual a sua opinião, mas que, para quem for ler as entrelinhas, sabe qual o posicionamento que ele tem. Não é por acaso que o jornalista utilizou seu perfil para vender cursos de política, durante as eleições de 2022, como mostra a seguinte imagem:

IMAGEM 2 - Print do *tweet* de Alexandre Garcia sobre venda de curso



FONTE: Reprodução/Twitter.

Pode-se dizer que, devido a esse enquadramento, Garcia é visto como um dos que assume a postura de articulado dentre os analisados, uma vez que ele sabe onde está pisando, assim como o comunicador também sabe quais palavras usar e em qual momento usar.

5.2. ENQUADRAMENTOS DO SEGUNDO TURNO, POR @AUGUSTONUNES

⁴² O longa de 1999 conta com o roteiro e direção das irmãs Lana e Lilly Wachowski, que conta a história de Thomas Anderson (Keanu Reeves), um homem que vive num sistema inteligente e artificial, responsável por manipular a mente das pessoas, criando a ilusão de um mundo real enquanto usa os cérebros e corpos dos indivíduos para produzir energia para máquinas.

O vencedor de quatro prêmios Esso de Jornalismo, Augusto Nunes, nasceu em Taquaritinga/SP, cidade em que seu pai, Adail Nunes da Silva, e seu irmão, Antônio Carlos, mais conhecido como Tato Nunes, foram prefeitos. Além de jornalista, Nunes também é comentarista e apresentador. Segundo o MBRTV⁴³, o Nosso Jornal, de Taquaritinga foi o primeiro local em que o jornalista trabalhou. Augusto Nunes estudou Direito na UFRJ e jornalismo na USP, porém não chegou a concluir ambos os cursos. Entre 1972 e 1973, ele passou pelo Estado de S. Paulo e pela revista Veja, onde ficou até 1986. De 1987 a 1989, Nunes comandou a apresentação do programa *Roda Viva*, da TV Cultura, mesmo programa no qual ele foi debatedor fixo, entre os anos de 2010 e 2011.

De acordo com o portal 3º Tempo, do grupo UOL⁴⁴, Nunes trabalhou também na direção das revistas Veja, Época e Forbes e dos jornais Estado de São Paulo, Jornal do Brasil e Zero Hora. O jornalista foi contratado em 2016 para ser colunista de programas da rádio Jovem Pan. De 2017 a 2022, Nunes comandou o programa *Os Pingos nos Is*. Desde 2019, Augusto Nunes possui um bloco de opinião no jornal noturno da Record TV. Atualmente, ele possui cerca de 2,4 milhões de seguidores em seu perfil no Twitter, conta que possui desde 2009.

Assim como Garcia, Nunes não possui muitas publicações realizadas entre os dias 03 a 30 de outubro de 2022, em sua conta no Twitter. No total, foram listados 16 conteúdos divulgados pelo jornalista que seguem os critérios de análise da pesquisa. Porém, Nunes faz questão de utilizar da sua reputação enquanto jornalista para expressar a sua opinião, referente ao cenário eleitoral e aos candidatos à presidência da época. O interessante nos conteúdos divulgados por Nunes no Twitter é que o jornalista cita nome e sobrenome das pessoas, sem antes buscar verificar se as informações mencionadas estão corretas, visto que, o que importa é a sua opinião.

5.2.1. Rebelião contra injustiças

A fim de identificar quais termos apareceram mais vezes nos 16 conteúdos publicados por Augusto Nunes em seu perfil pessoal no Twitter, entre os dias 03 a 30 de outubro de 2022, a pesquisa utilizou novamente o código Python. Com base nos resultados quantitativos, as palavras mais propagadas pelo jornalista através da rede social foram: “Lula”, que apareceu cerca de oito vezes nos *tweets* de Nunes; “TSE”, que foi *tweetado* seis vezes pelo jornalista; “pesquisa” sendo compartilhado quatro vezes; e, “Jovem Pan”, que foi publicado três vezes.

⁴³ Acessar site: <https://www.museudatv.com.br/biografia/augusto-nunes/>.

⁴⁴ Conferir informações: <https://terceirotempo.uol.com.br/que-fim-levou/augusto-nunes-5883>.

Os demais termos, como “Moraes”, “eleição” e “Bolsonaro” apareceram somente duas vezes, cada um, conforme os 16 conteúdos emitidos por Nunes.

Vale mencionar, mais uma vez, que os termos destacados seguem os critérios de análise da pesquisa. Para verificar, de modo ilustrativo, quais foram os termos mais repetidos por Nunes, a pesquisa criou uma nuvem de palavras, com o propósito de contextualizar melhor os dados encontrados por meio da linguagem de programação Python.

FIGURA 2 - Nuvem de palavras dos termos mais citados por Augusto Nunes no Twitter



FONTE: Elaboração própria.

Sobre a propagação da palavra “Lula”, nota-se que o jornalista adotou uma postura contrária ao candidato, uma vez que, para Nunes, o atual presidente sempre foi o mandante das acusações de que Bolsonaro e aliados eram vítimas. Outro ponto interessante de se refletir diante das citações de Nunes sobre Lula são as prováveis manipulações que o candidato fazia com tribunais do país, como o TSE. Para o jornalista, a maioria das medidas tomadas, sejam pelos tribunais superiores, ou por seus ministros, como Alexandre de Moraes, eram feitas sob influência de Lula.

Por falar em “TSE”, segundo termo mais *tweetado* por Nunes, o jornalista adotou um tom de denúncia, visto que, segundo ele, o Tribunal Superior Eleitoral estava tentando manipular as eleições para dar vantagens ao candidato do PT, indo sempre contra as ações de Bolsonaro. Diante da palavra “pesquisa”, Nunes possui opinião similar que Garcia, pois, para

ambos, as pesquisas sempre se mostraram erradas. O jornalista também criticou os resultados preliminares, visto que era, no mínimo, suspeito o candidato Lula ter ficado na frente em questão de votos e Bolsonaro estar com um índice de votação inferior, sendo que o resultado do primeiro turno da eleição de 2022 mostrou que o candidato do PL teve mais votos, dos que divulgaram as pesquisas.

Ao *tweetar* sobre a “Jovem Pan”, é válido analisar que, até o final de 2022, Nunes fazia parte do time de comentaristas da rádio. Por isso, quando o termo apareceu, mesmo que somente três vezes, não foi de se estranhar. O interessante é refletir sobre o contexto em que “Jovem Pan” foi citado por Nunes, uma vez que o termo condiz, segundo o jornalista, com a censura imposta pelo TSE sobre comentários que ele disse referente ao candidato Lula⁴⁵. Para o comunicador, tal situação foi censurada por parte do supremo.

Por fim, ao mencionar as palavras “Moraes” e “eleição”, Nunes sempre adotou uma postura crítica, que passa a ideia de descredibilização, por conta da atuação de Alexandre de Moraes, ao impor medidas durante o processo eleitoral de 2022 que desfavorece o candidato do PL. Logo, ambos os termos estão ligados um ao outro. Diante do termo “Bolsonaro”, as duas menções do jornalista sobre o candidato são para dizer sobre a injustiça que ele sofreu com os resultados preliminares das pesquisas eleitorais e para comentar sobre as estratégias adotadas por Bolsonaro no segundo turno, que para Nunes são inteligentes.

5.2.2 Bolsonaro, Lula e cenário eleitoral por @augustonunes

O jornalista especializado na área da política brasileira, Augusto Nunes, buscou ser amplamente crítico nos 16 conteúdos compartilhados no Twitter, referente ao candidato Lula e ao cenário eleitoral de 2022. Porém, nas poucas vezes que chegou a mencionar Bolsonaro, Nunes reforçou seu posicionamento político, uma vez que ele era, abertamente, eleitor e defensor do candidato do PL. Novas tabelas serão apresentadas a seguir, como forma de apresentar os *frames* encontrados nos conteúdos publicados, entre os dias 03 a 30 de outubro, pelo jornalista. Cita-se, novamente, que serão tabelados somente os enquadramentos que se repetiram, no mínimo, duas vezes.

⁴⁵ Segundo o jornal Folha de S.Paulo, o jornalista chegou a ser afastado do programa que apresentava na Jovem Pan, *Pingo nos Is*, por ter violado uma determinação do TSE sobre não propagar conteúdos inverídicos sobre Lula. O supremo teria solicitado um direito de resposta e defesa por parte do então candidato da época, para se defender dos comentários emitidos por Nunes na programação. Porém, o jornalista e o programa recusaram dar espaço a Lula. Logo, Augusto Nunes foi afastado da programação devido ao cumprimento da decisão judicial do TSE. Conferir matéria: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/10/augusto-nunes-e-afastado-temporariamente-de-programa-da-jovem-pan.shtml>.

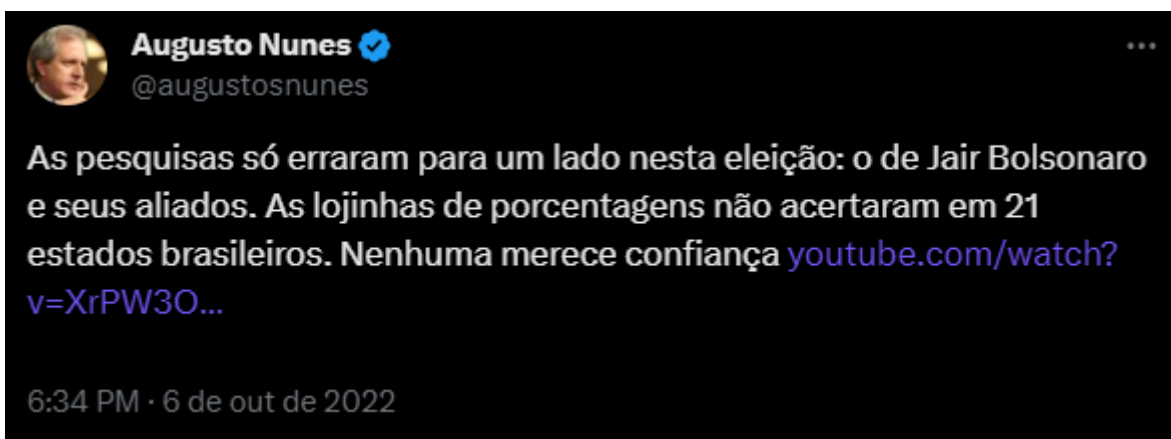
TABELA 5 - Chaves gerais dos tweets de Augusto Nunes sobre Jair Bolsonaro

TERMOS	REPETIÇÕES
Injustiçado	3 vezes

FONTE: Elaboração própria.

Ao falar sobre as ações que envolviam o nome do candidato à reeleição, Bolsonaro, Nunes fez questão de pintá-lo como um indivíduo que apenas sofria nas mãos de seus rivais. O termo “injustiçado” é o mesmo do enquadramento macro, destacado na análise dos conteúdos publicados pelo jornalista - e também aliado de Bolsonaro - Alexandre Garcia. Portanto, reflete que tanto Garcia, como Nunes, não medem esforços de realçar a imagem de Bolsonaro como uma vítima.

No caso dos *tweets* compartilhados por Nunes, a interpretação surge por meio do contexto das pesquisas eleitorais, uma vez que os resultados do primeiro turno mostravam Bolsonaro com uma porcentagem inferior nas urnas, se comparada à que ele teve. Pois, os resultados preliminares buscavam, segundo Nunes, desestabilizar os eleitores do candidato, além de afetar o desempenho de Bolsonaro no segundo turno. Logo, as pesquisas eleitorais deveriam ser questionadas e, até mesmo, inutilizadas, questões tratadas nos *tweets* de Nunes, como mostra a imagem:

IMAGEM 3 - Print do *tweet* de Nunes sobre as pesquisas eleitorais

FONTE: Reprodução/Twitter.

Contudo, a imagem de *Injustiçado* é o *frame* destacado nos conteúdos de Augusto Nunes, afinal, Bolsonaro foi o maior afetado pelas pesquisas, pelo PT, por Lula e pelo TSE, ao ‘censurar’ falas de aliados em programas midiáticos.

TABELA 6 - Chaves gerais dos *tweets* de Augusto Nunes sobre Lula

TERMOS	REPETIÇÕES
Manipulador	3 vezes
Ladrão	2 vezes

FONTE: Elaboração própria.

Ao falar sobre o candidato pelo PT, Lula, Nunes disparou comentários negativos e, até mesmo, falsos - menção ao direito de resposta cedido pelo TSE a Lula durante a programação dos *Pingos nos Is*. O jornalista passa a compreensão de que Lula é “manipulador” ao citar casos de possíveis envolvimento do candidato com decisões emitidas pelo TSE, além de repudiar a possibilidade da candidata à presidência no primeiro turno, Simone Tebet (MDB), apoiar Lula no segundo turno. Para Nunes, Lula é uma influência negativa a todos à sua volta, seja para políticos, supremos tribunais ou eleitores, visto que, para o jornalista, o candidato também buscou manipular a população brasileira para que todos permanecessem na ignorância, em não querer questionar resultados de pesquisas eleitorais e das urnas.

Sobre o termo “ladrão”, diga-se que os jornalistas de oposição até demoraram para fazer tal menção a Lula, sendo que depois da prisão do candidato em 2018⁴⁶, esse foi o discurso mais ecoado pela direita. A palavra “ladrão”, publicada por Nunes em seu Twitter, tem ligação direta com o fato de Lula já ter sido preso. Para o jornalista, o candidato sempre será um ex-presidiário, que apenas foi solto por manipular os poderes e instâncias.

Com isso, os enquadramentos macros identificados nos *tweets* de Nunes dão espaço à imagem de Lula como um candidato *Ardiloso* e *Criminoso*. Por *Ardiloso*, entende-se que o jornalista refere-se ao político como uma pessoa que se aproveita das situações e de sua influência para alcançar seus objetivos, deixando quem quer que seja para trás. Ao evidenciar Lula como *Criminoso*, Nunes passa a interpretação de que o candidato, além de manipular a situação a seu favor, também é corrupto, por ter sido condenado pelo então Senador do Paraná, Sérgio Moro (União Brasil). Mesmo que os crimes tenham sido anulados pelo Supremo Tribunal Federal, em 2021, Augusto Nunes continuou culpando Lula.

TABELA 7 - Chaves gerais dos *tweets* de Augusto Nunes sobre o cenário eleitoral

⁴⁶ Segundo o site Jusbrasil, Lula foi condenado a 9 anos e 6 meses de prisão em regime fechado, pelos crimes de corrupção passiva e lavagem de dinheiro, após ter recebido um apartamento triplex no Guarujá como propina. Ver site: <https://www.jusbrasil.com.br/noticias/caso-de-lula-entenda-a-condenacao/487362429>.

TERMOS	REPETIÇÕES
Censura	5 vezes
Pesquisa questionável	4 vezes
Campanha suja	2 vezes

FONTE: Elaboração própria.

Os *tweets* de Augusto Nunes emitem a ideia de que os resultados, tanto do primeiro turno das eleições de 2022, como das pesquisas eleitorais, foram alterados para que Lula ganhasse. Todos os termos mencionados têm como ligação o fato do candidato de oposição a Bolsonaro manipular a contagem prévia eleitoral, realizar uma campanha fraudulenta, além de buscar censurar a mídia. Por falar em censura, ao utilizar esse termo em seus *tweets*, Nunes expôs como ele e seus colegas de profissão da rádio Jovem Pan foram vítimas, pois, para ele, chamar Lula de ladrão é somente uma verdade que precisa ser ecoada.

Logo, Nunes fez questão de envolver sua própria situação, enquanto jornalista, no cenário eleitoral da época. Por isso, traz à tona o enquadramento *Represália* com base na ideia de que ele, assim como Bolsonaro, foi alvo de perseguição, por ter sido repreendido pelo TSE, assim como o jornal paranaense Gazeta do Povo, ao solicitar que o jornal retirasse de circulação postagens que ligavam a imagem de Lula ao ditador da Nicarágua, Daniel Ortega⁴⁷. Ao refletir sobre os enquadramentos encontrados nos conteúdos de Nunes sobre a pesquisa eleitoral, pode-se dizer que o jornalista buscou criar um cenário instável, por isso a ideia de *Instabilidade Política*, pois, assim como Garcia, Nunes colocou à prova os resultados preliminares das urnas, fazendo com que os eleitores duvidassem das pesquisas e de quaisquer porcentagens que não dessem ‘Bolsonaro eleito’ como resultado parcial.

Por último, ao tecer análises e opiniões sobre um cenário repleto de campanha suja, interpreta-se como enquadramento o termo *Fraude*, visto que, tanto Lula e aliados como supremos tribunais - TSE ou STF, por exemplo - burlavam as eleições para que somente um candidato fosse vitorioso. Para Nunes, se dependesse dessa *Fraude*, Bolsonaro não seria eleito de forma alguma, sempre colocando a prova os prováveis resultados da urna eletrônica, agindo como verdadeiro agente do caos, ao invés da informação.

⁴⁷ Conforme nota da Abraji, a decisão pediu para que o jornal removesse postagens que afirmavam que Lula estava apoiando o ditador da Nicarágua. Ainda segundo a associação, a campanha do petista alegou que a Gazeta do Povo publicou conteúdo difamatório para associar o candidato do PT a medidas contra cristãos. Ler nota: <https://www.abraji.org.br/noticias/abraji-expressa-preocupacao-com-decisoes-do-tse-sobre-retirada-de-conteudo-mesmo-diante-de-possivel-desinformacao>.

5.3. ENQUADRAMENTOS DO SEGUNDO TURNO, POR @MONICABERGAMO

Formada em jornalismo pela Faculdade de Comunicação Social Cásper Líbero, Mônica Bergamo deu início a sua carreira na Editora Abril, onde trabalhou nas revistas Playboy e Veja. Natural de São Paulo, capital, Bergamo entrou para o time da Folha de S.Paulo em 1999, onde segue sendo colunista até os dias atuais. Segundo a rádio BandNews FM⁴⁸, veículo em que também atua, a jornalista é uma profissional eclética e incansável, sendo uma das mais bem informadas do Brasil.

Mônica já transitou por diversas editorias, sendo uma delas moda e entretenimento. Porém, desde 2012, quando estreou como colunista da BandNews TV, a jornalista tornou-se referência para o jornalista especializado em política. Um dos momentos mais emblemáticos de sua carreira, foi a entrevista com o atual presidente Lula, quando o político estava preso em Curitiba, em 2020⁴⁹. Com isso, nota-se a influência da jornalista referente a assuntos políticos, algo que é fundamental para a análise em questão. Mesmo que Bergamo responda ao editorial do jornal Folha de S.Paulo, isso não a impediu de ser analista e comentarista das eleições de 2022, principalmente no período selecionado como recorte para a pesquisa.

A jornalista possui uma conta no Twitter desde julho de 2009 e, atualmente, conta com cerca de 1,8 milhão de seguidores⁵⁰. Os 145 conteúdos publicados por Bergamo em seu perfil pessoal mostram como a profissional é participativa, visto que, dos nove jornalistas que foram analisados quantitativamente, ela é a que mais fez uso da ferramenta *'tweetar com comentário'*, trazendo a tona que, além de compartilhar conteúdos e opiniões dos demais usuários do Twitter, ela também não deixava de informar. Contudo, vale destacar que Bergamo tentou adotar uma postura de jornalista neutra e objetiva ao comentar sobre o cenário eleitoral e os candidatos à presidência de 2022. Questões que serão melhor abordadas no decorrer da análise de enquadramento, com base nos conteúdos divulgados pela jornalista em seu perfil no Twitter.

5.3.1. As eleições e suas contradições

Ao analisar os 145 conteúdos publicados por Mônica Bergamos em seu perfil no Twitter, durante os dias 03 a 30 de outubro, por meio do código criado pelo leitor Python, a pesquisa obteve os seguintes resultados quantitativos: o termo que mais apareceu nos *tweets* de Bergamo foi o nome “Bolsonaro”, em que foi citado cerca de 102 vezes. Já o nome “Lula”

⁴⁸ Conferir informação: <https://www.band.uol.com.br/bandnews-fm/colunistas/monica-bergamo>.

⁴⁹ Ver declaração da jornalista: <https://www.youtube.com/watch?v=7gL39fAZUec>.

⁵⁰ A contagem dos seguidores atuais de Bergamo mostra-se interessante, pois em 26 de março de 2023 - período do levantamento dos jornalistas da área política ativos no Twitter - a jornalista possuía mil seguidores a mais.

ficou em segundo lugar, sendo *tweetado* e comentado pela jornalista 66 vezes. Enquanto a palavra “pesquisa” apareceu cerca de 31 vezes nos conteúdos propagados por Bergamo. Os demais termos mais citados pela jornalista, condizentes com os critérios de análise da pesquisa, foram: “presidente”, citado 20 vezes; “Brasil”, mencionado 19 vezes; “votos”, destacado 18 vezes; “debate” e “PRF”, ditos 15 vezes; “clima”, *tweetados* 12 vezes; e “pintou”, comentado 11 vezes. Como forma de contextualização, a pesquisa criou uma nuvem de palavras com os termos mencionados por Bergamos, diante dos dados coletados.

FIGURA 3 - Nuvem de palavras com base no Twitter de Bergamo, durante o segundo turno das eleições de 2022



FONTE: Elaboração própria.

Na maioria das vezes que Bergamo citou o nome “Bolsonaro”, percebe-se que foi adotada uma postura crítica. A jornalista utilizou como parte de sua performance como comunicadora a neutralidade, principalmente ao abordar questões sobre agenda política e alianças partidárias que envolveram o nome do ex-presidente. Mas devido as diversas atitudes contraditórias, que não eram condizentes com a de um candidato político, Bergamo, como uma jornalista e comentarista da área, precisou abordar a postura negativa de Bolsonaro durante o segundo turno de 2022, quase como se fosse uma obrigação ou algo que a profissional podia fugir ou esconder da população.

Porém, a postura de Bergamo ao mencionar o nome “Lula” era restrita a comentários, seja sobre pesquisa eleitoral, em que o candidato estava em vantagem de votos se comparado ao adversário do PL, ou para informar as figuras que divulgaram apoio a Lula nas eleições do segundo turno de 2022. Comentários esses que deveriam ser normais em uma eleição, mas que não eram padronizados devido às atitudes de Bolsonaro. Logo, o ex-presidente foi sim um protagonista do segundo turno, se comparado aos dados quantitativos que foram obtidos pela pesquisa. Mas a verdade é que Bolsonaro, com base nos comentários analíticos de Bergamos, foi um antagonista.

Referente ao termo “pesquisa”, a jornalista fazia questão de comentar as porcentagens preliminares dos votos que eram distribuídos entre Lula e Bolsonaro, pois, assumindo o papel de informante. Ao contrário dos jornalistas analisados anteriormente, Garcia e Nunes, a opinião de Bergamo sobre as pesquisas eleitorais da época era favorável. Sobre os demais termos, destaca-se que todos estão de acordo com o cenário eleitoral, ao compartilhar o termo “presidente”, reforça o antagonismo de Bolsonaro, uma vez que a jornalista utilizava tal palavra para se referir também ao candidato. Contudo, a utilização da palavra não foi exclusiva a Bolsonaro, sendo também utilizada por Bergamo para comentar a vitória de Lula.

Por fim, os termos “PRF”, “clima” e “pintou” valem menção honrosa. A menção a Polícia Rodoviária Federal (PRF) foi utilizada pela jornalista em seu Twitter, com o intuito de denunciar as ações do órgão⁵¹, realizadas em 30 de outubro, dia de votação, para atrapalhar a circulação de pessoas nas rodovias, principalmente nas regiões em que o candidato Lula mais possuía apoiadores. Agora, com base nas palavras “clima” e “pintou”, as menções da jornalista eram com base em um vídeo do candidato Bolsonaro, que circulou nas redes sociais, em que ele falava sobre ter pintado um clima entre ele e meninas venezuelanas que, segundo o político, estavam se prostituindo⁵². O caso foi considerado por muitos, assim como para Bergamo, horrendo, uma vez que as meninas eram menores de idade, conforme a fala do próprio Bolsonaro. Como exemplo, confira a imagem a seguir:

IMAGEM 4 - Print do *tweet* de Bergamo sobre o tópico “pintou um clima”, dito por Bolsonaro durante entrevista

⁵¹ Veja informações sobre o assunto: <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2022/noticia/2022/10/30/prf-descumpre-ordem-do-tse-e-faz-pelo-menos-514-operacoes-de-fiscalizacao-contra-onibus-de-eleitores.ghtml>.

⁵² Leia sobre o assunto em: <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2022/noticia/2022/10/15/pintou-um-clima-fala-de-bolsonaro-sobre-meninas-venezuelanas-repercutiu-e-gera-criticas-nas-redes.ghtml>.



FONTE: Reprodução/Twitter.

5.3.2. Bolsonaro, Lula e cenário eleitoral por @monicabergamo

Os 145 conteúdos compartilhados pela jornalista, durante os dias 03 a 30 de outubro de 2022, permitiram chegar a diversos enquadramentos tanto sobre Bolsonaro e Lula, quanto o cenário eleitoral. Assim como as análises qualitativas anteriores, os termos sobre os *tweets* de Bergamos foram organizados em tabelas, para organizar as micro concepções com o objetivo de ter os *frames* finais dos conteúdos da jornalista divulgados em seu perfil no Twitter. Serão destacados somente os termos que apareceram, no mínimo, duas vezes, a fim de obter um quadro de repetições diante das interpretações de análise.

TABELA 8 - Chaves gerais dos *tweets* de Mônica Bergamos sobre Bolsonaro

TERMOS	REPETIÇÕES
Mentiroso	6 vezes
Hipócrita	5 vezes
Perdedor	4 vezes
Influenciador do mal	4 vezes
Desesperado	3 vezes

FONTE: Elaboração própria.

De acordo com as chaves gerais encontradas nos conteúdos de Bergamo, sobre o candidato Jair Bolsonaro, conclui-se que a jornalista apresenta uma visão negativa sobre o político. Na maioria dos *tweets*, Bergamo preocupou-se em informar sobre as ações partidárias do candidato, porém, nos demais conteúdos compartilhados por ela, Bolsonaro era descrito como um candidato *Despreparado, Manipulador e Derrotado*.

Sobre o *frame Despreparado*, destaca-se as situações nas quais Bolsonaro mostra-se contraditória e incoerente, por exemplo, quando a jornalista relembrou uma entrevista que o político concedeu a revista *IstoÉ Gente* defendendo o aborto como uma “escolha do casal”⁵³. Diante do enquadramento *Manipulador*, pode-se mencionar como um dos exemplos o uso de granadas utilizadas pelo bolsonarista Roberto Jefferson para atacar a Polícia Federal⁵⁴, uma vez que ele, por ser apoiador de Bolsonaro, tinha como influência as falas do candidato, como ser a favor das armas. Por fim, o *frame Derrotado* possui influência direta com o fato de Bolsonaro ter perdido a eleição presidencial de 2022 para seu maior rival, Lula. Segundo interpretações com base nos *tweets* de Bergamo, os eleitores bolsonaristas não aceitaram a derrota do candidato, porém, ela precisou ser reconhecida, caso contrário seria um ataque direto à democracia.

TABELA 9 - Chaves gerais dos *tweets* de Mônica Bergamos sobre Lula

TERMOS	REPETIÇÕES
Preferido	9 vezes
Vítima	5 vezes
Presidente	3 vezes
Ataca	2 vezes

FONTE: Elaboração própria.

Ao mencionar, de modo mais analítico e crítico, o candidato Lula em seus *tweets*, Bergamo buscou destacar as atitudes que o político teve durante o segundo turno eleitoral de 2022. Para a jornalista, Lula pode ser enquadrado pelos termos *Estadista/Democrata* e *Alvo*. Diante da compreensão de *Estadista/Democrata*, utiliza-se como exemplo as atitudes

⁵³ Ler em:

<https://istoe.com.br/jair-bolsonaro-ja-defendeu-que-aborto-era-escolha-do-casal-em-entrevista-a-istoe-gente/>.

⁵⁴ Conferir matéria em: <https://g1.globo.com/fantastico/noticia/2022/10/23/roberto-jefferson-ataca-policiais-federais-com-granadas-e-tiro-s-de-fuzil-e-se-entrega-apos-8-horas-desrespeitando-ordem-do-stf.ghtml>.

realizadas pelo candidato durante propagandas e debates eleitorais, uma vez que, segundo Bergamo, Lula mostrava-se preparado, além de já agir com naturalidade em debates. Um adendo sobre a atitude que o político teve ao mencionar e atacar, diretamente, Bolsonaro, sobre o episódio envolvendo as meninas venezuelanas, durante uma de suas propagandas eleitorais. O *frame* também diz respeito ao fato do candidato ter sido eleito como 39º Presidente do Brasil de modo democrático, pela terceira vez.

Por último, o enquadramento *Alvo* diz respeito, principalmente, aos ataques realizados pela PRF durante o dia 30 de outubro, dia de votação, pois, conforme informou Bergamo, a polícia estava atuando na região do país que mais tinha eleitores que se consideravam petistas, no caso o Nordeste. Neste sentido, Lula era alvo dos aliados de Bolsonaro, por ser um político que estava em ascensão nas pesquisas eleitorais e que, possivelmente, iria derrotar o rival. Contudo, a opinião de Bergamo sobre o candidato petista era mais voltada à notícia, por informar as decisões e passo a passo do político, não chegando a ser enquadrada como uma postura tão favorável a ele. Por isso, percebeu-se que a jornalista apenas reservou-se em informar as ações de Lula, uma vez que as citações eram com base ou em pesquisas eleitorais ou atitudes de aliados e rivais.

TABELA 10 - Chaves gerais dos tweets de Mônica Bergamos sobre o cenário eleitoral

TERMOS	REPETIÇÕES
Golpe	23 vezes
Pesquisa coerente	14 vezes
Apoiadores de Bolsonaro	8 vezes
Debate eleitoral	7 vezes
<i>Fake News</i>	6 vezes
Bolsonaristas bárbaros	6 vezes
Crime eleitoral	4 vezes
Censura	4 vezes
Apoiadores de Lula	3 vezes
Fraude	3 vezes
Bolsonaristas mentirosos	2 vezes
Decisão do Nordeste	2 vezes

FONTE: Elaboração própria.

Devido à quantidade de termos expostos na tabela, percebe-se que Bergamo deu mais espaço para opinar sobre o cenário político de 2022. O termo “golpe” foi o mais destacado nos *tweets* da jornalista, principalmente quando ela mencionava as atitudes de Bolsonaro e seus aliados, assim como as ações da PRF no dia 30 de outubro. Sobre “pesquisa coerente”, nota-se como Bergamo defendeu, a todo custo, os resultados preliminares das pesquisas, mesmo quando os apoiadores de Bolsonaro queriam as descredibilizar. Por falar em apoiadores, a definição de “Bolsonaristas bárbaros”, conforme os conteúdos publicados por Bergamo em seu Twitter diz respeito às péssimas atitudes dos eleitores do candidato de PL, ao atacarem, seja o candidato adversário ou as pesquisas eleitorais e decisões dos supremos tribunais. Por isso, as palavras “Bolsonaristas mentirosos” também são tão citadas pela jornalista - definição condizente com o termo “mentiroso” descrito por Bergamo sobre Bolsonaro.

Contudo, os enquadramentos destacados sobre o cenário eleitoral da época, com base nos *tweets* de Bergamo são: *Ameaça golpista*; *Instabilidade*; *Desinformação*; *Argumentação*. Sobre o *frame Ameaça golpista*, pode-se interpretar as tentativas de golpes vindo da PRF e dos apoiadores de Bolsonaro, que causaram diversos transtornos durante o segundo turno das eleições de 2022. Diante da *Instabilidade*, se tem como base os conteúdos de Bergamo sobre o ataque aos resultados parciais das pesquisas eleitorais e uso das urnas eletrônicas, uma vez que elas eram desvalidas por bolsonaristas. Já a *Desinformação* é referente aos discursos sem comprovação de Bolsonaro, por exemplo, o episódio em que ele afirma que as meninas venezuelanas eram prostitutas, visto que depois foi provado o contrário. Por fim, o enquadramento *Argumentação* diz respeito aos debates eleitorais, nos quais os candidatos à presidência, Lula e Bolsonaro, participaram na época, algo que, para a jornalista, era a pura representação da democracia brasileira.

Portanto, Bergamo adotou uma postura de denúncia diante dos acontecimentos descritos sobre o cenário eleitoral da época. Mesmo que a jornalista tenha se limitado a criticar as atitudes dos candidatos, quando se tratava do cenário ela busca ir além da informação, mas também trazia opinião e debatia com seus seguidores sobre os diversos ataques feitos contra a democracia.

5.4. ENQUADRAMENTOS DO SEGUNDO TURNO, POR
@REINALDOAZEVEDO

Segundo o site eBiografia⁵⁵, Reinaldo Azevedo é um jornalista brasileiro, colunista político e escritor. Nascido em Dois Córregos, interior de São Paulo, formou-se em Letras pela USP e Jornalismo pela UMESP. Trabalhou em diversos veículos, tais como Veja (revista e site), rádio Jovem Pan, Rede TV, portal UOL e revista Bravo!, entre outros. Também publicou livros, com algumas de suas principais obras sendo *O País dos Petralhas I*, de 2008 e *O País dos Petralhas II*, de 2012. Ambos os trabalhos abrangem episódios referentes à política brasileira como o governo do PT até às eleições de 2014. Atualmente, é colunista no jornal Folha de S.Paulo e apresenta o programa *O É da Coisa*, transmitido pela rádio BandNews FM e pela BandNews TV.

É importante salientar que o interesse acerca da atuação de Azevedo ocorre também pela mudança em seus posicionamentos ao longo dos últimos anos. Auto-definido como liberal, o jornalista tornou-se, na primeira década do século XXI, uma das principais vozes dos setores conservadores do Brasil por críticas contumazes às ideias políticas de esquerda. Suas opiniões antagonizam com as posições defendidas ao longo dos governos do PT entre 2003 e 2016. Azevedo foi uma das vozes favoráveis ao impeachment da ex-presidenta Dilma Rousseff - situação da qual, na atualidade, ele se arrepende, como expressado constantemente pelo próprio no programa *O É da Coisa* -, além de já ter sido um anti-petista assumido.

Criador do termo “petralha”⁵⁶ e alçado à condição de escritor de *bestsellers* com os dois “*O País dos Petralhas*”, Azevedo passa a expressar opiniões que se afastam do universo conservador nos últimos anos, em especial após deixar a Veja, em 2017. Ao longo do governo Bolsonaro (2019-2022), mostra-se visceralmente contrário aos ideais da extrema-direita. Ademais, coloca-se em franca defesa do ex-presidente Lula, sustentando que as ações da chamada Operação Lava-Jato, capitaneada pelo então procurador do Ministério Público Federal Deltan Dallagnol e pelo juiz da 13ª Vara Criminal de Curitiba Sérgio Moro. Os processos contra Lula foram anulados pelo Supremo Tribunal Federal em 2021, permitindo o retorno do ex-mandatário ao cenário político, após ter ficado aprisionado por 580 dias entre 2018 e 2019 na carceragem da Polícia Federal em Curitiba (PR).

Azevedo tem conta ativa no Twitter desde dezembro de 2008 e atualmente possui 1,6 milhões de seguidores. O jornalista compartilhou um total de 134 conteúdos de interesse para a pesquisa ao longo do recorte temporal estabelecido. Como já mencionado anteriormente, Azevedo faz parte da análise, justamente, por se encaixar no perfil do profissional que analisa

⁵⁵ Ver site: https://www.ebiografia.com/reinaldo_azevedo/.

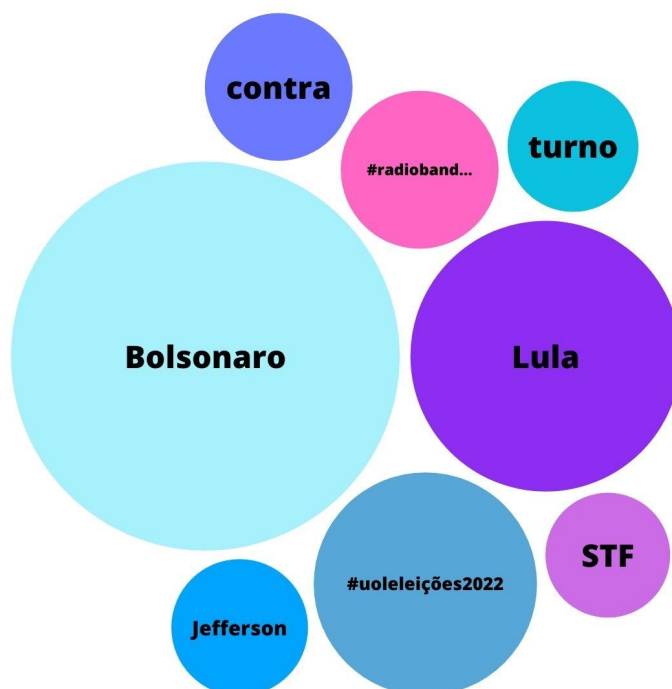
⁵⁶ O termo busca insultar as pessoas que são filiadas ao Partido dos Trabalhadores.

e opina sobre todos os fatores presentes no cenário político, além de ser um usuário ativo no Twitter.

5.4.1. Fale bem ou fale mal, mas fale de mim

Ao utilizar a leitura pelo Python, a pesquisa descobriu quais palavras mais se repetiram nos conteúdos compartilhados por Reinaldo Azevedo no Twitter. No caso dos 134 conteúdos mapeados, o termo “Bolsonaro” foi o mais citado nos *tweets* do jornalista, com um total de 97 repetições. Já o segundo termo de interesse para a pesquisa mais repetida por Azevedo foi “Lula”, mencionado 47 vezes. Em terceiro posto, a hashtag “#uoleleições2022”, devido ao debate eleitoral que ocorreu no dia 28 de outubro, repetido 32 vezes. A pesquisa também criou uma nuvem de palavras, para mostrar visualmente as repetições de termos com base nos conteúdos de Azevedo.

FIGURA 4: Nuvem de palavras com base no Twitter de Azevedo, durante o segundo turno das eleições de 2022



FONTE: Elaboração própria.

Nota-se protagonismo do ex-presidente Jair Messias Bolsonaro (PL) nos tweets de Reinaldo Azevedo, tendo os demais vocábulos que se repetiram, como “#radiobandnewsfm” 16 vezes, “contra” 14 vezes, “Jefferson” 12 vezes, “turno” 11 vezes e “STF” 10 vezes, possuindo ligações diretas com temas relativos ao então presidente. Referente ao termo

“#uoleleicoes2022”, pode-se considerar que, mesmo que Azevedo faça uso do perfil pessoal no Twitter, ele segue sendo jornalista de algum veículo, no caso do UOL. Sua atividade não se restringiu a comentários superficiais sobre os candidatos à presidência e ao cenário político de 2022.

5.4.2. Bolsonaro, Lula e cenário eleitoral por @reinaldoazevedo

Os 134 tweets de Reinaldo Azevedo podem ser entendidos a partir de diversos quadros sociais, seja com referência às menções diretas aos candidatos Jair Messias Bolsonaro (PL) e Luiz Inácio Lula da Silva (PT) ou abordando o cenário político da época - segundo turno das eleições presidenciais. Tais *frames* são melhor apresentados a partir das tabelas a seguir, a fim de simplificar a visão geral dos conteúdos compartilhados pelo profissional entre os dias 3 e 30 de outubro de 2022. Destaca-se novamente que, as planilhas foram produzidas a partir de uma primeira sintetização de termos acionados, refletindo, em segundo momento, na composição de *frames*.

TABELA 11 - Chaves gerais dos *tweets* de Reinaldo Azevedo sobre Jair Bolsonaro

TERMOS	REPETIÇÕES
Mentiroso	9 vezes
Hipócrita	9 vezes
Golpista	8 vezes
Influenciador do mal	7 vezes
Burro	5 vezes
Pedófilo	5 vezes
Desprezível	4 vezes
Ditador	3 vezes
Carnívoro	3 vezes
Corrupto	3 vezes
Omisso	2 vezes
Perdido	2 vezes

Fonte: elaboração própria.

A partir das expressões e sentidos mobilizados nos tweets sobre Jair Bolsonaro, Azevedo compõe um mosaico extremamente negativo sobre o ex-presidente. Inexistem quaisquer menções positivas ao candidato, retratado como mentiroso contumaz, que age de forma hipócrita, além de ser golpista e influenciador do mal. Menção honrosa aos vocábulos “pedófilo” e “carnívoro”, ligados a polêmicas⁵⁷⁵⁸ que envolveram Bolsonaro no período eleitoral, quando este afirmou que queria ter provado carne humana e que havia tido um momento de atração por meninas venezuelanas que, segundo o próprio, eram prostitutas. Buscando sintetizar os quadros de sentido moldados pelo jornalista em suas referências, indicamos a constituição de três enquadramentos principais: *Autoritário*, *Desonesto* e *Anomalia*.

Autoritário reúne sentidos relacionados à aparente disposição do então mandatário em romper com o Estado democrático de direito, expressada principalmente a partir de falas golpistas, antidemocráticas e críticas ao sistema eleitoral. Por sua vez, *Desonesto* engendra duas dimensões principais: mentiras acerca do processo eleitoral e inúmeras denúncias sobre atividades ilegais realizadas por Bolsonaro, familiares e aliados próximos, em especial relacionadas à questão da corrupção. Por fim, o enquadramento *Anomalia* é delineado a partir de concepções de Azevedo da completa inadequação do líder ao cargo que ocupa, seja pela incapacidade política ou pela perspectiva da moralidade, posto que, para o jornalista, o ex-presidente é uma figura desprovida de humanidade.

TABELA 12 - Chaves gerais dos tweets de Reinaldo Azevedo sobre Lula

TERMOS	REPETIÇÕES
Favorito	4 vezes
Agente da ação	3 vezes
Inocente	3 vezes
Político mais notável	2 vezes

Fonte: elaboração própria.

⁵⁷ UOL. *Em vídeo antigo, Bolsonaro diz que comeria carne de indígena, mas “ninguém quis ir com ele”*, disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=v-LXgcCCKik>>.

⁵⁸ ESTADO DE S. PAULO. “Pintou um clima”: Entenda a polêmica em torno de falas de Bolsonaro sobre meninas venezuelanas, disponível em: <<https://www.estadao.com.br/politica/meninas-venezuelanas-fala-bolsonaro-video-live-pintou-clima-pedofilo/>>

Sobre as concepções de Azevedo referentes a Lula, percebe-se concepções favoráveis sobre o atual presidente. Ao citá-lo em tweets, o jornalista admira seus comportamentos e postura, considerando-o um protagonista. Apesar de Lula ter sido mencionado poucas vezes se comparado a Bolsonaro, nota-se o esforço de Azevedo para destacar pontos positivos do político. Destaca-se a reiteração da ideia de “Lula inocente”, pois sempre que possível, os tweets fazem menção a prisão injusta do então candidato, em 2018, com o jornalista repetidamente destacando que sempre se mostrou contrário ao processo jurídico contra o petista. A afirmação de Azevedo é um exemplo concreto dos estudos de Lee e Hamilton (2022), em que os jornalistas que cobrem as eleições em tempo real, tendem a fazer publicações no Twitter com mais emoção e certeza sobre o cenário político, por já estarem habituados com tal realidade.

Consideramos a constituição de dois enquadramentos principais: *Estadista/Democrata e Inocente*. O primeiro *frame* é delineado por moldes midiáticos que indicam um personagem politicamente preparado, experiente, que constituiu trajetória respeitável. Ao contrário do outro candidato, respeita integralmente o Estado democrático de direito e as instituições. Por sua vez, o quadro de sentidos *Inocente* se relaciona a duas concepções: remete ao passado recente de Lula (a condenação e o período na prisão), acenando ao fortalecimento da ordem institucional pelo funcionamento da Justiça - estrutura ameaçada diuturnamente por Bolsonaro; funciona como uma forma de valorização de sua própria posição enquanto jornalista-analista, incrementando significados de credibilidade.

TABELA 13 - Chaves gerais dos *tweets* de Reinaldo Azevedo sobre o cenário político

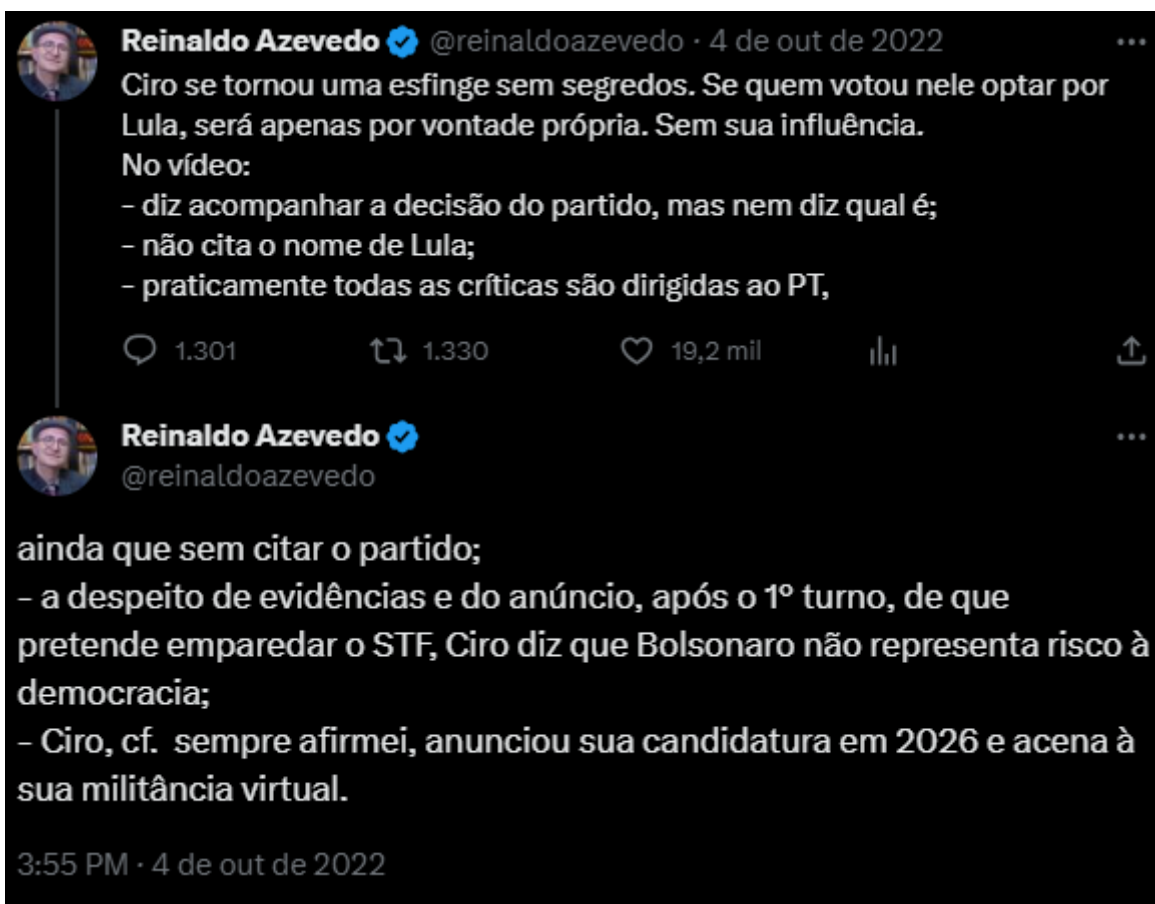
TERMOS	REPETIÇÕES
Golpe	18 vezes
Bolsonaristas bárbaros	7 vezes
Bolsonarismo defende criminoso	5 vezes
Extrema-direita unida	5 vezes
Divergências	3 vezes
Disseminação de fake news	3 vezes
Ciro isento	2 vezes
Preocupação institucional	2 vezes

Fonte: elaboração própria.

Pode-se depreender que a opinião de Reinaldo Azevedo sobre o cenário político à época está ligada ao medo. O sentimento traz a percepção de que o país beirava o colapso, e somente o resultado da eleição poderia mudar isso, fosse para melhor ou pior. A percepção de Azevedo sobre um possível golpe está em evidência, visto que tal quadro faz parte de tweets que citam o ex-presidente Bolsonaro e/ou aliados. Para o jornalista, o melhor cenário seria a eleição de Lula, o contrário seria se Bolsonaro fosse reeleito. Destaca-se também que, mais uma vez, o cenário político foi protagonizado por Bolsonaro, aliados e eleitores. Neste sentido, nota-se que Azevedo se referia a realidade da época com receio e desespero.

Compreendemos a conformação de um macro enquadramento: *Ameaça golpista*. A maioria completa dos termos analisados estabelece quadros de compreensão que indicam a necessidade de preocupação com possíveis tentativas de ruptura institucional. A mobilização dos apoiadores do então presidente é representada por ações impetradas por bárbaros e extremistas de direita, ou seja, grupos que abominam as instituições democráticas. Sobre o quadro *Divergência*, o termo faz menção tanto à campanha de Lula e Bolsonaro - por serem diferentes uma da outra -, quanto aos resultados das pesquisas eleitorais e da intolerância dos bolsonaristas - eleitores de Bolsonaro - diante de tais pesquisas. Por fim, *Indecisão* traz à baila elementos de incerteza. Opiniões e ações dúbias do candidato Ciro Gomes (PDT), que terminou o primeiro turno em 4º lugar, não são consideradas diretamente positivas ou negativas ao cenário, mas a menção indica atribuição de culpa a Gomes em caso de derrota do concorrente petista, como mostra a imagem a seguir:

IMAGEM 5 - Print dos *tweets* de Azevedo sobre a postura de Ciro Gomes no segundo turno de 2022



FONTE: Reprodução/Twitter.

5.5. O “X” DA QUESTÃO

Ao analisar qualitativamente cada jornalista, compreende-se a relevância de enquadrar, por fim, os sentidos gerais referente aos candidatos que disputaram o segundo turno e o cenário eleitoral de 2022. Destaca-se que os *frames* a seguir terão como base nas chaves gerais ilustradas no decorrer da pesquisa, uma vez que as compreensões buscam “promover uma definição de problema particular, uma interpretação causal, avaliação moral” (ENTMAN, 1993, p. 7). Desse modo, a análise final mescla os quadros de sentidos que se assemelham uns com os outros, a fim de sintetizar as críticas e opiniões publicadas por Garcia, Nunes, Bergamo e Azevedo em seus perfis pessoais do Twitter.

Vale destacar que a hermenêutica da pesquisa pode ter os mesmos enquadramentos, porém significados opostos, uma vez que o contexto e o sujeito mencionado por um jornalista pode não ser o mesmo discutido pelo outro. Contudo, afirma-se que os aspectos de interpretações são conjunturais, pois as opiniões compartilhadas pelos quatro jornalistas no Twitter sobre os candidatos à presidência estão ligados ao cenário eleitoral da época, assim como o cenário está ligado aos candidatos.

5.5.1. Molduras sobre os candidatos

Após analisar as chaves gerais destacadas nos conteúdos compartilhados por Garcia, Nunes, Bergamo e Azevedo em suas respectivas contas do Twitter, apresenta-se os enquadramentos finais com base nos conteúdos mapeados. Destaca-se que os termos foram analisados como um todo, sem distinção entre os candidatos - Bolsonaro e Lula - pois, o foco foi verificar quais termos se repetiam e quais se assemelhavam uns aos outros. Com isso, chegou-se aos seguintes enquadramentos finais: *Castigado*; *Anomalia*; *Imoral*; *Derrotado*; *Estadista/Democrata*; *Algoz*; *Causador*.

No quesito quantidade, o enquadramento *Imoral* foi destacado cerca de oito vezes nos conteúdos compartilhados, de modo indireto, pelos quatro jornalistas analisados. É válido mencionar que o *frame* diz respeito tanto a Lula como a Bolsonaro, uma vez que Nunes se referiu ao candidato Lula como “manipulador”, enquanto Bergamo e Azevedo optaram por utilizarem tal termo para criticar as ações de Bolsonaro, durante o segundo turno das eleições de 2022. Logo, os viés políticos dos jornalistas especializados na área definem o modo como eles vão mencionar tais candidatos. Pois, mesmo que Bergamo e Azevedo tenha opiniões semelhantes referente a Bolsonaro, Nunes - que se diz uma pessoa de direita - refere-se da mesma forma, porém sobre Lula.

Diante do termo *Anomalia*, ressalta-se que ele foi destacado cerca de cinco vezes pelos jornalistas analisados. Assim como *Imoral*, o enquadramento *Anomalia* também diz respeito sobre ambos os candidatos, sendo mencionado pelos jornalistas Garcia, Nunes e Azevedo. Com base na opinião de cada jornalista analisado, como já era de se esperar, o enquadramento, de acordo com Garcia e Nunes é sobre Lula, uma vez que para ambos o candidato é alguém que “não representa o povo” por ser um “ladrão”. Enquanto para Azevedo, *Anomalia* é totalmente ligada a Bolsonaro, por ele ser “golpista”, “ditador” e “corrupto”. Logo, ambos os candidatos são enquadrados como personagens que não possuem uma postura de político honesto.

Perante aos enquadramentos *Castigado*, *Estadista/Democrata* e *Derrotado* menciona-se que cada um deles foi identificado quatro vezes nos *tweets* dos jornalistas. O enquadramento *Castigado* é dito por Garcia e Nunes ao comentarem sobre situações que envolvem o candidato Bolsonaro, uma vez que para eles o político é “vítima de perseguição” e “injustiçado”. Já Bergamo e Azevedo enquadram o candidato Lula de tal modo, pois para os jornalistas o político foi “vítima” de algumas circunstâncias, além de ser “inocente” em outras situações. O *frame Estadista/Democrata* está totalmente ligado a Lula que, segundo Bergamo e Azevedo - donos dos conteúdos nos quais o enquadramento foi identificado - o político

tinha uma postura digna de um candidato à presidência, não era atoa que Lula era favorito nas pesquisas eleitorais e diversos outros políticos, como Fernando Henrique Cardoso⁵⁹ e Simone Tebet, resolveram apoiá-lo no segundo turno. Confira o exemplo a seguir:

IMAGEM 6 - Print do *tweet* de Bergamo anunciando possível aliança entre Lula e Tebet



FONTE: Reprodução/Twitter.

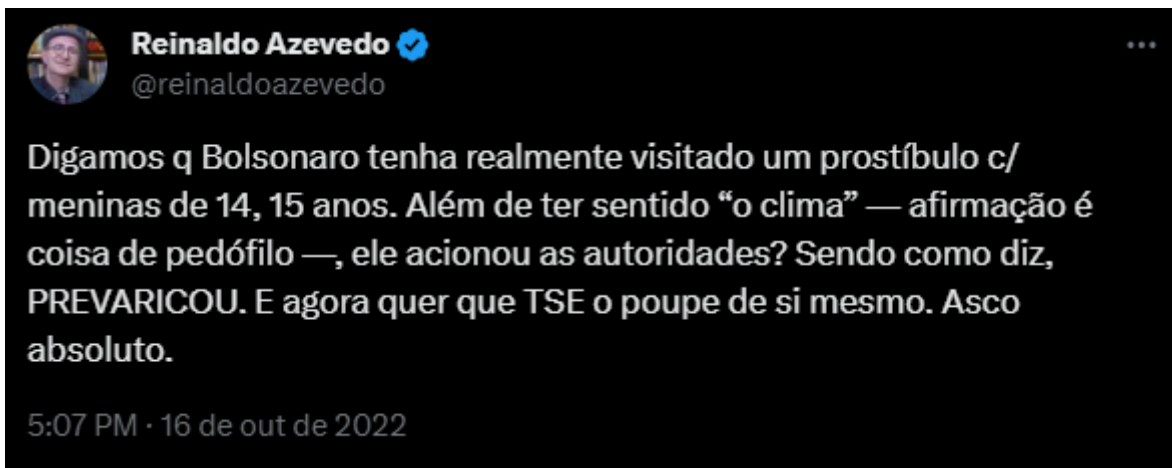
Sobre o quadro *Derrotado*, também diagnosticado nos conteúdos de Bergamo e Azevedo, diz respeito a Bolsonaro. Segundo os jornalistas, o candidato à reeleição agiu diversas vezes de modo desesperado, como se não soubesse o que estava fazendo. Considera-se que o quadro está ligado a *Anomalia*, visto que Bolsonaro não age como um candidato à presidência de um país, por ter diversas atitudes contraditórias no decorrer do segundo turno das eleições de 2022.

Ao destacar o *frame Algoz*, entende-se o peso que a significância do substantivo carrega, por retratar um indivíduo cruel, que atormenta os demais e digno de repulsa. Com isso, conforme os *tweets* de Azevedo, Bolsonaro é essa figura, visto que o jornalista, quando

⁵⁹ FHC foi o 34º presidente da República Federativa do Brasil, entre os anos de 1995 e 2003, em dois mandatos consecutivos.

se referia ao candidato pelo PL, chamava-o de “desprezível”, “carnívoro” e “pedófilo”, sendo essa última chave dita com base no episódio em que Bolsonaro se referiu as meninas venezuelas, como mostra a imagem a seguir:

IMAGEM 7 - Print do *tweet* de Azevedo sobre as meninas venezuelanas



FONTE: Reprodução/Twitter.

Para finalizar os quadros gerais compostos por todos os jornalistas analisados na presente pesquisa, destaca-se o enquadramento *Causador* que, conforme Bergamo e Azevedo, diz respeito a Lula. Segundo os jornalistas, por realmente agir como um candidato à presidência de uma república federativa, o candidato tomava as rédeas das situações, como por exemplo os debates, sabia debater sobre diversos assuntos, além de tocar nas feridas do seu adversário, ao colocar Bolsonaro diversas vezes contra a parede para questionar posturas e discursos adotados pelo candidato do PL.

De modo geral, destaca-se que a maioria dos termos negativos estão ligados a Bolsonaro, já os termos positivos eram compartilhados pelos jornalistas em suas contas do Twitter quando citavam Lula. Nos casos em que o mesmo termo era dito para ambos os candidatos, nota-se que nessas situações a posição política de cada jornalista influenciou na forma em que eles analisavam, tanto Bolsonaro como Lula.

5.5.2. Molduras sobre o cenário eleitoral

O intuito deste tópico é revelar quais são os enquadramentos finais destacados com base nos conteúdos compartilhados por Garcia, Nunes, Bergamo e Azevedo, em suas respectivas contas no Twitter, ao opinarem sobre o cenário eleitoral de 2022. Assim como os *frames* diagnosticados perante aos candidatos do segundo turno, os quadros a seguir também

foram identificados conforme as chaves gerais, ditas por cada um dos quatro jornalistas, após observar quais termos foram mais mencionados e quais podem ser interpretados de modo parecido com outros. Portanto, os *frames* gerais constatados para concluir a análise são: *Golpe*; *Bárbaros*; *Conspiração*; *Oprimidos*; *Instável*; e *Desinformação*.

Sobre o enquadramento *Golpe*, destaca-se que ele foi diagnosticado nos conteúdos de Bergamo e Azevedo como uma das chaves gerais. Ao somar a quantidade de vezes que cada um dos dois jornalistas se referiram ao cenário como um *Golpe*, chega-se a um total de 41 menções. Agora, ao atribuir a palavra aos demais termos, como “fraude”, “campanha suja”, “crime eleitoral” e “preocupação institucional”, nota-se que o quadro foi o mais citados pelos jornalistas da área política, uma vez que além de Bergamo e Azevedo, Nunes também fez comentários que levam a tal *frame*. No total, o quadro foi diagnosticado cerca de seis vezes durante a análise final. Neste sentido, enquanto Nunes tipifica *Golpe* sobre decisões do STF, TSE e ao partido de Lula, PT, os outros dois jornalistas relacionam o termo com o modo que apoiadores do candidato Bolsonaro buscavam desvalidar as pesquisas eleitorais e resultados do primeiro turno eleitoral de 2022.

Tais interpretações estão diretamente ligadas ao segundo enquadramento, no qual é a palavra *Bárbaros*, que faz menção aos eleitores e apoiadores de Bolsonaro. De acordo com Bergamo e Azevedo - jornalistas que possuem opiniões políticas semelhantes em alguns aspectos referente, tanto ao cenário eleitoral como aos candidatos à presidência -, a forma que o *bolsonarismo*⁶⁰ agiam, sempre era visto com atitudes de pessoas que não são civilizadas, por não possuírem noção de respeito e educação, como mostra o *tweet* de Azevedo a seguir:

IMAGEM 8 - Print do *tweet* de Azevedo sobre ataque de bolsonaristas contra idosos

⁶⁰ Apoiadores do ex-presidente Jair Bolsonaro.



FONTE: Reprodução/Twitter.

Ao todo, de modo quantitativo, o quadro *Bárbaros* foi encontrado cerca de cinco vezes na análise final.

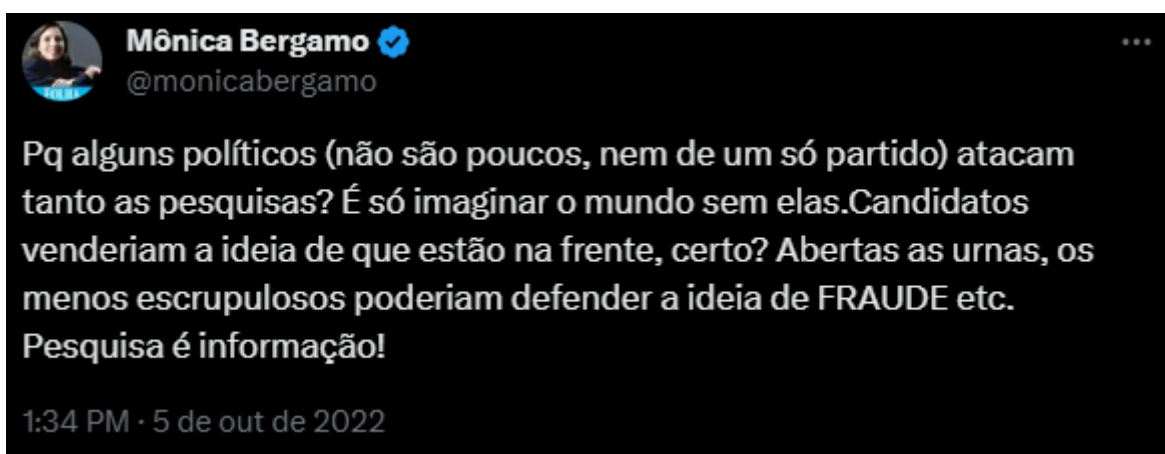
Diante do enquadramento *Conspiração*, constatado cerca de três vezes, destaca-se que a opinião majoritária dos jornalistas era referente à invalidade do processo realizado pelas pesquisas eleitorais, principalmente se utilizar como base os conteúdos compartilhados por Garcia e Nunes. Para ambos os comunicadores, que possuem viés de direita, as prévias eleitorais continham resultados equivocados, visto que no primeiro turno os levantamentos apontavam que Lula seria vitorioso com uma imensa divergência perante as margens de votos. Algo que, segundo o Garcia e Nunes, mostrou-se errado, pois Lula e Bolsonaro tiveram uma porcentagem de votos bastante próxima. Porém, diferente da opinião dos demais profissionais da área, Bergamo buscava validar as pesquisas, sendo que para ela os dados apresentados previamente eram coerentes com o cenário. Por isso, ao enquadrar o termo *Conspiração*, diante das publicações feitas pela jornalista da *Folha* em seu perfil pessoal no Twitter, compreende-se que Bergamo buscava ir contra as referenciais que atingiam diretamente as pesquisas eleitorais, uma vez que a jornalista sempre se mostrou favorável ao processo.

Ao refletir sobre o quadro *Oprimidos*, termo que apareceu três vezes entre os conteúdos divulgados pelos jornalista da área política no Twitter, destacam-se as menções sobre o episódio que, tanto Garcia como Nunes, chamaram de “censura” os veículos

jornalísticos *Gazeta do Povo* e *Pingos nos Is*, programa da rádio Jovem Pan. Para os jornalistas, o TSE estava tentando calar as opiniões que ambos os veículos midiáticos emitiram sobre o candidato Lula. Logo, tal *frame* pode ser visto também como uma citação direta às práticas jornalísticas realizadas - e julgadas por Tribunais Superiores do país - pelos profissionais analisados, uma vez que ambos escolheram seus perfis pessoais no Twitter para criticar liminares impostas pelas autoridades do Brasil, que diz respeito aos locais nos quais Garcia e Nunes atuavam na época. Além das críticas, os jornalistas tomaram como verdade o papel de injustiçados que ambos sofriam.

Outra análise sobre o enquadramento *Oprimidos* parte dos conteúdos de Bergamo, pois, a jornalista criticou o modo como os apoiadores de Bolsonaro criticavam as pesquisas eleitorais que, para a profissional da comunicação, não passavam de *Oprimidos*, no sentido de “pobres coitados”, por não aceitarem que a oposição estava na frente durante as pesquisas, como mostra a imagem a seguir:

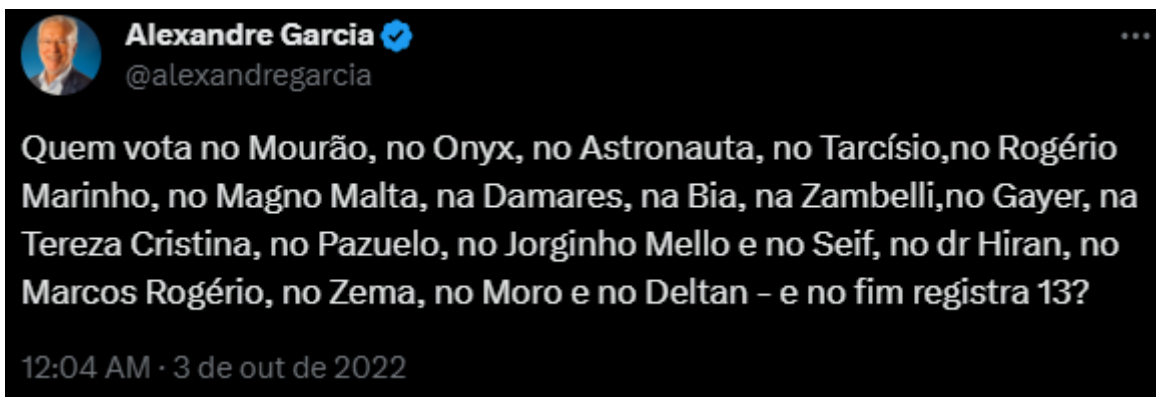
IMAGEM 9 - Print do *tweet* de Bergamo sobre a desvalidação de alguns políticos sobre as pesquisas eleitorais



FONTE: Reprodução/Twitter.

Tanto Nunes como Azevedo deram visibilidade ao enquadramento *Instabilidade*, que foi mencionado duas vezes no geral. Para Garcia, o cenário eleitoral da época mostrava-se “confuso”, visto que para o jornalista não fazia sentido estados que elegeram Senadores e Deputados Federais e Estaduais de direita, votarem em Lula, conforme a imagem a seguir:

IMAGEM 10 - Print do *tweet* de Garcia sobre o cenário eleitoral confuso



FONTE: Reprodução/Twitter.

Entretanto, Azevedo teceu análises em seus *tweets* sobre os contrastes identificados nas campanhas eleitorais de ambos os candidatos, visto que o jornalista especializado em política até chegou a comparar as atitudes de Bolsonaro ao Nazismo Alemão. Além de que, os próprios eleitores de Bolsonaro não aceitavam que Lula estivesse com vantagem de votos nas pesquisas eleitorais.

Por fim, o enquadramento geral identificado nos conteúdos divulgados pelos quatro jornalistas no Twitter, referente ao cenário eleitoral, diz respeito à *Desinformação*. O quadro, citado duas vezes, sendo uma pela jornalista Bergamo e outra por Azevedo, visibiliza um cenário que passou por tentativas da disseminação de informações falsas, com o objetivo de atingir a campanha eleitoral do rival. Em um *tweet* de Azevedo, o jornalista afirma que a imprensa “desinforma” ao noticiar uma ação de Bolsonaro, como pode ser verificado na imagem em seguida:

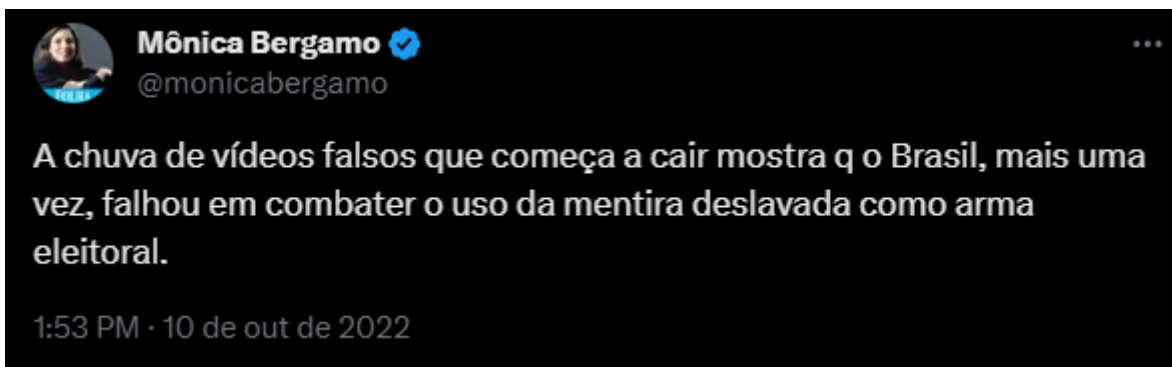
IMAGEM 11 - Print do *tweet* de Azevedo sobre o processo de desinformação da época



FONTE: Reprodução/Twitter.

Já Bergamo faz novamente menção ao episódio em que Bolsonaro citou o caso das meninas venezuelanas. Pois, para a jornalista, quando o candidato refere-se a elas como “garotas de programa”, ele está mentindo. Outro *tweet* da comunicadora chega a criticar o país ao tentar combater as *fake news*, uma vez que o Brasil falhou mais uma vez, crítica que pode ser vista na sequência:

IMAGEM 12 - Print do *tweet* de Bergamo sobre a disseminação de *fake News*



FONTE: Reprodução/Twitter.

Ao concluir a análise sobre o cenário eleitoral da época, destaca-se que os jornalistas trouxeram à tona debates em torno das pesquisas eleitorais, sejam com críticas positivas ou negativas. Além dos debates, nota-se que Garcia e Nunes utilizaram do cenário para falarem sobre as práticas jornalísticas que, para os dois, estavam sendo atacadas pela justiça. No geral, Bergamo foi a jornalista que mais analisou e opinou sobre o cenário eleitoral de 2022, visto que ela buscava manter uma objetividade e neutralidade, até mesmo em seu perfil pessoal no Twitter. Enquanto Azevedo não se limitou a passar uma imagem de caos, visto que a maioria dos quadros dizem respeito às tentativas de “golpes” e ataques à democracia por parte de Bolsonaro e seus eleitores.

5.6. PARA ALÉM DE UMA REDE SOCIAL

De modo geral, tanto Garcia como Nunes, Bergamo e Azevedo buscaram criar conteúdos de autoria e compartilhar com seus seguidores. Por isso, todos os jornalistas optaram por *tweetar* sobre os candidatos à presidência e o cenário eleitoral da época, ao invés de apenas reproduzir conteúdos de terceiros. Quando isso ocorria, era acompanhado de um comentário - menção à função *tweet* com comentários -, porém sendo posto em prática somente por Bergamo e Azevedo. Do mesmo modo que somente os dois jornalistas chegaram a responder os usuários do Twitter. Logo, mesmo que Nunes tenha sido o único profissional a *retweetar* conteúdos de terceiros, nota-se que os jornalistas não deixaram de lado uma das principais funções da profissão, a de escrever, mesmo que somente em 280 caracteres.

Dito isso, os quatro jornalistas analisados representam uma identificação de profissionais aptos a opinarem sobre o assunto nos quais eles são especialistas, uma vez que a reputação construída por esses comunicadores permite com que eles analisem o contexto social atual. Portanto, destaca-se uma possibilidade de representação da identidade desses jornalistas ligada à influência que eles podem vir a causar em seus seguidores, ao expressarem

opiniões. Alguns deles, como Garcia e Bergamo, buscam trabalhar cautelosamente com as palavras e informações, para não deixar tão explícito suas opiniões, enquanto Nunes e Azevedo tentam expressar suas críticas de modo com que elas sejam interpretadas como elas foram ditas, sem rodeios e pormenores.

Para concluir, a pesquisa afirma que o Twitter é um ambiente propício para a atuação profissional da área jornalística, mesmo o jornalista estando fora do seu campo de origem. Com isso, identifica-se que existe um campo próprio da rede social, e que ele tem ressonância direta no capital jornalístico. Pois, ambos possuem influência nas práticas de atuação dos profissionais que adotam o Twitter como espaço para expressarem suas críticas, análises e opiniões, como é o caso dos comunicadores da área política que foram analisados pela presente pesquisa.

Portanto, reflete-se que o jornalista pode até não controlar o Twitter, como tenta fazer com os meios midiáticos, entretanto, não significa que eles deixem de realizar as práticas neste ambiente. Acredita-se que, mesmo essa plataforma tendo suas próprias ferramentas e funções, o profissional da comunicação, por meio de seus valores profissionais, pessoais e hábitos adquiridos no decorrer da atuação, conseguiu criar um espaço na rede em questão, no qual existe uma nova prática na profissão. Neste sentido, pode-se dizer que novas ações institucionalizadas dos jornalistas são aplicadas no Twitter, que vai além da formação e experiência na área.

Considera-se, por fim que, após a aplicação da análise sobre os quatro jornalistas especializados na política brasileira, que há uma apropriação da tecnologia na profissão, que faz com que exista um novo espaço de atuação, que vai além da imagem do “ser jornalista”. Diante dos conteúdos analisados, notou-se que os comunicadores em questão utilizavam o Twitter como um *blog* pessoal, em virtude do caráter de uso da plataforma, mas também, em nenhum momento deixaram o jornalismo de lado. Afinal, seus seguidores eram com base no histórico que eles possuem diante da carreira. Todavia, pode-se afirmar que, por ser uma rede social que permite uma linguagem informal - com ironias, por exemplo - os comunicadores exprimiam suas opiniões, análises e conhecimentos conforme o meio exigia.

Apesar do Twitter ser uma rede social com lógicas próprias, não significa que o comunicador deixe totalmente de lado suas práticas profissionais. Contudo, conclui-se que existem adaptações do “ser jornalista” para criar um espaço sólido nesta plataforma, que vai além do jornalismo. Ao atuarem virtualmente, Garcia, Nunes, Bergamo e Azevedo representam que, além de comentar, eles conseguem diagnosticar elementos da política, desde candidatos até ações ocorridas no cenário eleitoral dentro dos recursos ofertados pela rede em

questão. Nesta mesma lógica, é possível interpretar que a plataforma também serve como meio jornalístico para esses profissionais, pois, há influência tanto da prática no Twitter, como do Twitter na prática.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa tratou da atuação dos jornalistas especializados na política brasileira no Twitter, com o recorte no segundo turno das eleições presidenciais de 2022. De modo mais detalhado, o estudo buscou tratar sobre as opiniões e/ou análises dos comunicadores da área com base nos conteúdos publicados, entre os dias 03 a 30 de outubro de 2022, nas contas pessoais desses profissionais na plataforma - que, atualmente, é nomeada como X. Por ser um espaço voltado ao debate público, os jornalistas analisados viram no Twitter um meio no qual podiam expressar suas ideias de modo prático, rápido e direto, uma vez que a rede social possui limite de 280 caracteres por *tweet*, algo que vai um pouco contra a profissão, visto que o jornalista é conhecido majoritariamente por escrever.

Entretanto, os comunicadores selecionados conseguiram se fazer presentes no meio virtual, pois, do mesmo modo que eles sabem escrever, eles também sabem ser pontuais. Por isso, o Twitter mostrou-se um espaço propício para a profissão, uma vez que a plataforma serve tanto como um *microblog* assim como um meio no qual eles podem se informar. Por falar em informação, indo de acordo com os autores citados, os comunicadores verificados nesta pesquisa não deixaram de informar, porém tal ação ficou em outros planos, sendo que a opinião e a análise eram o que de fato interessavam ser expressados por eles no Twitter.

Neste sentido, conceitos sobre as práticas jornalísticas voltadas ao ambiente digital, mais especificamente a rede social na qual a pesquisa focou, foram estudadas neste trabalho. Pois, com base nos autores destacados, o jornalista precisou se moldar às adaptações da profissão, para não ficar em desvantagem, seja com base no mercado de trabalho, ou se comparado a outros colegas da área, uma vez que o reconhecimento no Twitter - ou em outras redes de mídias digitais - representa prestígio. Contudo, a pesquisa reforçou a trajetória dos jornalistas analisados, pois antes de serem *twitteiros*⁶¹, eles são comunicadores.

Como modo de relembrar, a pesquisa analisou, por fim, os perfis dos jornalistas Alexandre Garcia, Augusto Nunes, Mônica Bergamo e Reinaldo Azevedo no Twitter. Com base nos dados encontrados durante os dias 03 a 30 de outubro de 2022, foram destacados os *frames* de todos os conteúdos verificados. Sendo assim, a pesquisa teve como objetivo geral analisar a construção de enquadramentos de sentidos desses quatro jornalistas, que são especializados em política no Brasil, acerca do segundo turno das eleições presidenciais de 2022 a partir de seus perfis pessoais. De modo específico, a monografia utilizou como critérios de análise os objetivos específicos, a fim de identificar como os jornalistas representam os dois candidatos que disputaram o cargo de presidente durante o segundo turno

⁶¹ Termo que se refere a quem possui a rede social Twitter e que se faz presente neste espaço virtual.

das eleições de 2022 no Twitter, além de observar as maneiras pelas quais os jornalistas explicam o contexto político no Brasil ao longo do segundo turno das eleições. E por fim o estudo também investigou a apropriação das lógicas e processos relativos à rede social pelos jornalistas.

Diante do terceiro objetivo específico da pesquisa, conceitos de Bourdieu (1983; 1989), sobre *habitus* e *ethos* ajudaram a compreender a inserção dos profissionais da área no Twitter. Pois, como o *habitus* aborda questões tanto da prática profissional do jornalista como do papel do profissional, compreendeu-se que, ao precisar migrar em redes sociais, como o Twitter, o comunicador adapta-se mas não deixa de lado os princípios pelos quais conquistou ao longo da prática.

Assim como, ao tratar sobre o conceito que aborda as influências nas quais os jornalistas, como indivíduos adquirem no decorrer da vida - que neste caso é o *ethos* - percebeu-se que os comunicadores analisados não deixam de lado seus ideais, sejam morais e, principalmente, políticos. Muito pelo contrário, eles até dão mais destaque as suas opiniões pessoais, a fim de propagar mensagens nas quais acreditam ser verdadeiras, visto que alguns dos jornalistas analisados qualitativamente tinham uma representação de si próprios como “donos da verdade absoluta”, por seguir um viés político que é visto como conservador e propagador da moral duradoura no Brasil.

Logo, considera-se que existe uma representação da identificação do jornalista da área política no Twitter, que é aquele que analisa e interpreta o contexto no qual ele acompanha. No caso dos quatro jornalistas estudados, eles representam tanto o veículo que atuam, mas também eles mesmos. Por exemplo, Mônica Bergamo é conhecida como a jornalista política que trabalha na Folha de S. Paulo, algo que está ligado diretamente à representação da identificação da comunicadora. Contudo, por ser ativa no Twitter, Bergamo consegue dar “voz” às opiniões que ela forma, por ser formadora de opinião, em outras palavras, além de informar, ela também realizou críticas ou expressou seu parecer sobre o cenário eleitoral de 2022 e os candidatos que concorreram às eleições presidenciais, durante o segundo turno.

Portanto, observou-se que, além das opiniões expressadas pelos profissionais enquadrados, há também a tentativa deles em querer utilizar de suas influências como jornalistas para informarem seus seguidores referente aos candidatos citados ou ao cenário eleitoral. Por isso, identificou-se que o Twitter, por ser um espaço desprendido de qualquer veículo de comunicação, permitiu que, tanto Garcia, Nunes, Bergamo e Azevedo agissem como formadores de opiniões, indo além do papel de comunicador. A rede social serviu

também para que os profissionais utilizassem de recursos midiáticos para expressarem seus posicionamentos de modo irônico, divertido e satírico.

Por isso, o processo metodológico foi necessário para chegar aos resultados que a pesquisa apresentou, uma vez que a análise de enquadramento auxiliou no diagnóstico de interpretações sobre os conteúdos compartilhados pelos jornalistas. Diante dos moldes identificados com a aplicação da análise, a pesquisa diagnosticou *frames* semelhantes, porém com opiniões opostas, entre os comunicadores estudados. Cita-se como exemplos os quadros *Imoral* - sobre os candidatos Bolsonaro (PL) e Lula (PT) - e *Conspiração* - com base no cenário eleitoral de 2022. O termo *Imoral* foi enquadrado tanto nos conteúdos de Nunes, como nos de Bergamo e Azevedo, ou seja, enquanto um deles usou dessa opinião para se referir a Lula, os outros dois chamavam Bolsonaro de tal adjetivo. O mesmo ocorreu com o quadro *Conspiração*, que tinha ligação direta com as pesquisas eleitorais realizadas em outubro de 2022, pois Garcia e Nunes sempre buscavam desacreditar os resultados preliminares das urnas, já Bergamo defendia o processo, indo contra a inviabilização das pesquisas.

Ao lembrar tais *frames*, conclui-se que, a semelhança de termos entre os jornalistas da área ocorreu por conta do modo em que a cobertura política da profissão se ampara em determinados estereótipos, por serem, historicamente, mencionados. Portanto, os conjuntos de sentidos que são idênticos, porém com opiniões opostas, servem para reforçar que o jornalismo oferta, ao cenário analisado, uma espécie de padrão já idealizada pelo senso comum do ofício, como o modo de tratamento que os comunicadores da área utilizam para se referirem a determinadas figuras ou situações da política brasileira.

Todavia, para que a pesquisa chegasse aos resultados qualitativos, diversos levantamentos quantitativos precisaram ser postos em prática. Como por exemplo, a coleta de dados dos nove jornalistas analisados, inicialmente, pelo presente trabalho. Sobre esse tópico, é válido destacar a dificuldade em conseguir ter acesso aos conteúdos publicados pelos jornalistas da área política presentes no Twitter, principalmente após a aquisição da plataforma por Elon Musk, visto que a pesquisa necessitou repensar caminhos para poder chegar aos dados em questão. Inicialmente, o estudo iria utilizar sites gratuitos para coletar, de modo prático, os *tweets* dos comunicadores, porém, com modificações impostas no API da rede social, a coleta precisou organizar e tabelar manualmente os dados - algo que exigiu tempo, porém foi realizado de forma atenta e estruturada, conforme o interesse da pesquisa.

Referente aos dados, os quais a pesquisa chegou a armazenar, destaca-se que, devido à quantidade de conteúdos publicados pelos nove jornalistas, impuseram, de certa forma, em

um novo afunilamento de profissionais para compor a análise final. Por isso, ressalta-se que, os estudos de enquadramento poderiam ter sido aplicados nos demais jornalistas, sendo eles: Miriam Leitão; Guga Chacra; Rachel Sheherazade; Andréia Sadi; e Ricardo Noblat. Porém, os fatores tempo, atuação e visibilidade dos jornalistas da área no Twitter e pluralidade de opiniões sobre os candidatos e o cenário eleitoral da época ajudaram a selecionar os quatro jornalistas que tiveram seus conteúdos enquadrados. Porém, caso surja uma oportunidade futuramente, cita-se a disposição de dados sobre os outros cinco comunicadores, pois, mesmo que a rede social em questão deixe de existir um dia, os dados poderão servir para outras análises.

Em relação a este trabalho realizado, justifica-se a relevância dele, tanto para o cenário político, jornalístico e digital. Como citado diversas vezes no decorrer da pesquisa, cada campo obtém relevância para a comunidade acadêmica, ao começar pelo conceito de mídias sociais digitais voltada a ambiência jornalística e o modo como o profissional em questão faz uso de redes, como o Twitter, para continuar comunicando, mas também para aproximar-se do público. Diante da política, refletiu-se sobre o papel da mídia como ferramenta que torna um candidato ou uma candidata protagonista de narrativas, durante o período eleitoral, principalmente nas plataformas digitais, visto que o campo político almeja o poder que, conseqüentemente, leva ao destaque.

Ainda nesta lógica, compreendeu-se que o jornalista não tem a total dominação de escolher se pode ou não dar palco para político a ou b, visto que os interagentes das redes sociais conseguem dar espaço para quaisquer temas de modo autônomo. Contudo, ao discorrer sobre determinadas pautas que estejam ligadas aos candidatos, os comunicadores ajudam a impulsionar a relevância dessas figuras, seja para o bem ou para o mal. Por isso, contou-se que, mesmo que o candidato Jair Bolsonaro (PL) tenha sido o mais mencionado pelos quatro jornalistas enquadrados, o modo pelo qual o político era citado, na maioria das vezes, era interpretado como algo negativo e contraditório à política brasileira. Algo diferente do candidato Luiz Inácio Lula da Silva (PT), que a maioria das menções eram ligadas às ações positivas praticadas pelo atual presidente e candidato da época.

As redes sociais, neste caso o Twitter, dão brechas para a exposição de opiniões. Porém, a plataforma que compõem parte do objeto de estudo dessa pesquisa possibilita a criação de um espaço virtual que acomode os profissionais da comunicação. Destaca-se, novamente, que a mídia digital influencia diretamente no capital jornalístico, pois o comunicador molda-se às lógicas da plataforma, o que modifica a atuação do jornalismo, no que a pesquisa denominou como, campo campo da rede social.

Ao retomar o problema da pesquisa, que buscou questionar a forma como o Twitter impacta a atuação dos jornalistas, principalmente aqueles que cobrem a política brasileira, destaca-se, inicialmente, que a questão não se resolve por completo pelo fato da análise ter focado em um número limitado de profissionais da área. Porém, com base nos quatro comunicadores estudados, verificou-se que, ou os jornalistas “soltam o verbo”, sem se preocuparem com censura e editorial de veículo ou eles buscam expressar seus vieses nas entrelinhas. Mas, em ambos os casos, opiniões são propagadas, não é à toa que a pesquisa identificou elementos de insegurança nos conteúdos dessas figuras analisadas, ao mencionarem questões sobre o cenário político. Contudo, os jornalistas preocuparam-se mais em denunciar situações, ao invés de apenas informarem.

Como conclusão, menciona-se que a pesquisa pretende dar continuidade aos estudos sobre a atuação dos jornalistas, em outros meios digitais/tecnológicos, a fim de compreender o modo como a profissão se molda às novidades do mundo contemporâneo. Ter o cenário político como objeto teórico pode ou não continuar sendo um fator de pesquisa, o que vale é evidenciar a importância do recorte para a presente pesquisa. Com isso, cita-se a importância da existência de comunicadores em redes sociais, como o Twitter, pois, a hipótese inicial, que era verificar o desprendimento da objetividade do jornalista, mesmo sendo jornalista, porém em um perfil pessoal, foi confirmado.

Sendo assim, diferente de um veículo de comunicação tradicional, que apenas busca colocar em evidência os conteúdos publicados nas redes sociais, para que os seguidores acompanhem em outros meios, o jornalista se autopromove, opina, analisa e abre espaço para debates. Ou seja, muito além de comunicar, ele também elucida seu viés político, seus receios e suas frustrações, tudo em 280 caracteres, dando a entender que o Twitter disponibiliza mais espaço que os veículos, onde o jornalista consegue ser muito mais que um jornalista, um eleitor no qual, devido a sua profissão, consegue passar credibilidade nas opiniões e críticas *tweetadas* ou comentados por ele.

7. REFERÊNCIAS

- ALBUQUERQUE, Lia Matos Brito. Aproximação epistemológica entre o conceito de habitus e a teoria das representações sociais: um caminho para apreender a identidade social do professor. *In: GT Sociologia da Educação, Anais...* 2011. Disponível em: <<http://29reuniao.anped.org.br/trabalhos/trabalho/GT14-2020--Int.pdf>>. Acesso em: 22 de abril de 2023.
- ALVES, Felipe Malcorra. A revolução da internet e das redes sociais à luz da política brasileira: uma real presença virtual. *In: Anais...* 2016. Disponível em: <<http://metodistacentenario.com.br/jornada-de-direito/edicoes-anteriores/9a-jornada-de-pesquisa-e-8a-jornada-em-extensao-do-curso-de-direito/artigos/o-direito-a-privacidade-na-sociedade-da-informacao/e5-04.pdf>>. Acesso em: 27 de abril de 2023.
- AMAZON. **O que é Python?** Explicação sobre a linguagem Python. ANO. Disponível em: <<https://aws.amazon.com/pt/what-is/python/>>. Acesso em: 30 de jun. de 2023.
- ANTUNES, Elton. **Enquadramento:** considerações em torno de perspectivas temporais para a notícia. *Revista Galáxia*, São Paulo, n. 18, p.85-99, dez. 2009.
- BARROSO, Sérgio Luiz. **Política de esquerda e de direita:** o que defendem? Só existem pessoas de direita e de esquerda?. 2016. Disponível em: <<https://www.jusbrasil.com.br/artigos/politica-de-esquerda-e-de-direita-o-que-defendem-so-existem-pessoas-de-direita-e-de-esquerda/404010172>>. Acesso em: 07 de nov. de 2023.
- BEIVIDAS, Waldir; RAVANELLO, Tiago. Identidade e identificação: Entre semiótica e picanálise. *In: Alfa: Revista de Linguística*, São Paulo, vol. 50, 2006, p. 129-144.
- BENSON, Rodney. NEVEU, Erik. **Bourdieu and the journalistic field.** Cambridge: Polity Press, 2005.
- BERGER, Christa. **Campos em confronto:** A terra e o texto. Editora da UFRGS: Porto Alegre, 2ª Ed., 2003.
- BLOOM, Terry; CLEARY, Johanna; NORTH, Michael. Traversing the "Twittersphere". **Journalism Practice**, v. 10, n. 3, 2016, p. 343-357.
- BOMFIM, Ivan. Imagens diplomáticas: uma análise da cobertura fotojornalística das negociações Brasil-Irã-Turquia no portal VEJA.com à luz da diplomacia midiática. *In: Comunicação & Informação: Goiás*, v. 17, n. 1, p. 63–79, 2014. DOI: 10.5216/cei.v17i1.28553. Disponível em: <<https://revistas.ufg.br/ci/article/view/28553>>. Acesso em: 08 de jul. de 2023.
- BOURDIEU, Pierre. **Questões de Sociologia.** Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.
- _____. **O poder simbólico.** Trad. Fernando Tomaz. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.
- _____. **Sobre televisão.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar. 1997.
- CARVALHO, Luciana Menezes; BARICHELLO, Eugenia Mariano da Rocha. Jornalismo na ambiência das mídias sociais digitais: apropriação de características do Facebook em postagens de jornais brasileiros. *In: Contemporânea: comunicação e cultura* (UFBA):

Bahia, v.15, n.03, 2017. DOI: <https://doi.org/10.9771/contemporanea.v15i3.20652>. Acesso em: 18 de jul. de 2022.

CASELLI, T.; PIMENTA, F. Twitter: a nova ferramenta do jornalismo. *In: XVI Congresso de Comunicação na Região Sudeste - Intercom Jr*, São Paulo, 2011. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2011/resumos/r24-0578-2.pdf>. Acesso em: 07 de out. de 2022

CAVASSANA, Fernanda; SINDERSKI, Rafaela Mazurechen. Cobertura jornalística eleitoral em redes sociais on-line As eleições de 2018 nas páginas de portais paranaenses. *In: Agenda Política*, [S. l.], v. 7, n. 2, 2019, p. 6–30. DOI: [10.31990/10.31990/agenda.ano.volume.numero](https://www.agendapolitica.ufscar.br/index.php/agendapolitica/article/view/248). Disponível em: <https://www.agendapolitica.ufscar.br/index.php/agendapolitica/article/view/248>. Acesso em: 26 de maio de 2023.

CERVI, Emerson Urizzi; MASSUCHIN, Michele Goulart. Redes sociais como ferramenta de campanha em disputas subnacionais: análise do Twitter nas eleições para o governo do Paraná em 2010. *In: Sociedade e Cultura: Goiânia*, 2012, 15(1), p. 25-38. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=70324609004>. Acesso em: 19 de out. de 2023.

COUTINHO, Maria Chalfin *et. al.* Identidade e trabalho na contemporaneidade: Repensando articulações possíveis. *In: Psicologia & Sociedade*, Vol. 19, Edição Especial 1: Florianópolis, 2007, p. 29-37.

COSTA, Ruthy Manuella de Brito; CARVALHO, Cristiane Portela de. Jornalismo e Redes Sociais: Novas Práticas e Reconfigurações. *In: Comunicação e informática: Goiânia*, v. 24, 2021. DOI: [10.5216/ci.v24.62507](https://revistas.ufg.br/ci/article/view/62507). Disponível em: <https://revistas.ufg.br/ci/article/view/62507>. Acesso em: 10 de out. de 2022.

DEUZE, Mark; WITSCHGE, Tamara. O que o jornalismo está se tornando?. *In: Dossiê “Práticas Jornalísticas”*, vol. 4, n. 2, 2016, p. 6-21.

DORNELLES, Luciano do Amaral. A representação nos estudos culturais: artefatos culturais comunicadores de significados. 2010. Disponível em: <https://www.webartigos.com/artigos/a-representacao-nos-estudos-culturais-artefatos-culturais-comunicadores-de-significados/45698>. Acesso em: 02 de out. de 2023.

EMILIANO, José. *Intervenção da mídia na política brasileira (1954-2014)*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2015.

ENTMAN, Robert M. Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *In: Journal of Communication*: Autumn, 1993.

_____. Cascading Activation: Contesting the White House's Frame After 9/11, *In: Political Communication*, 2003, 20:4, p. 415-432, DOI: [10.1080/10584600390244176](https://doi.org/10.1080/10584600390244176). Disponível em: <https://www.tandfonline.com/loi/upcp20>. Acesso em: 13 de ago. de 2023.

_____. Framing Bias: Media in the Distribution of Power. *In: Journal of Communication*: Washington, Vol. 57, 2007, p. 163-173. Disponível: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1460-2466.2006.00336.x#pane-pcw-references>. Acesso em: 08 de ago. de 2023.

FERREIRA, André Manteufel. **‘Meus seguidores, minhas regras’**: a construção do ethos nos discursos de jornalistas políticos no Twitter, Dissertação (mestrado) – Universidade do

Vale do Rio dos Sinos, Programa de Pós-Graduação em Linguística Aplicada, São Leopoldo, 2019.

FONSECA, Virgínia Pradelina da Silveira. KUHN, Wesley Lopes. Jornalista contemporâneo: apontamentos para discutir a identidade profissional. *In: Intexto*, Porto Alegre: UFRGS, v. 2, n. 21, 2009, p. 57-69.

FRANCISCO, Kárita Cristina. **O jornalismo e as redes sociais: participação, inovação ou repetição de modelos tradicionais?**. *In: Prisma.com*, 2010. Disponível em: <https://www.brapci.inf.br/repositorio/2018/01/pdf_fc0cbca660_0000028848.pdf>. Acesso em: 27 de abril de 2022.

GOFFMAN, Erving. **Os quadros da experiência social: uma perspectiva de análise**. Tradução: Gentil A. Tilton. Petrópolis: Vozes, 2012.

HALL, Stuart. **Cultura e representação**. Tradução: Daniel Miranda, William Oliveira. Rio de Janeiro: Editora Apicuri, 2016.

HERMIDA, Alfred. Twittering the news: The emergence of ambient journalism. *In: Prática de Jornalismo*, 2010, p. 297-308. Disponível em: <<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17512781003640703>>. Acesso em: 29 de set. de 2023. DOI:10.1080/1751278100364070.

JOUËT, Josiane Jouët; RIEFFEL, Rémy Rieffel. **A sociabilidade dos jornalistas no Twitter: Entre performatividade, ambivalência e multidimensionalidade**. Vol 4. Paris: Sur Le Journalisme, 2015. Disponível em: <<https://revue.surlejournalisme.com/slj/article/view/196>>. Acesso em: 13 de jan. de 2023.

LEE, Jihye; Hamilton, James T. **Ancorando no passado, twittando do presente: viés cognitivo nas escolhas de palavras dos jornalistas**. 2022. Disponível em: <<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0263730>>. Acesso em: 26 de ago. de 2022.

LEITÓLES, Fernanda. **Objetividade e imparcialidade no jornalismo político**. Curitiba, 2012. Monografia (especialista em Comunicação Política e Imagem, Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes) - Universidade Federal do Paraná, 2012. Disponível em: <<https://acervodigital.ufpr.br/handle/1884/46178?show=full>>. Acesso em: 19 de out. de 2022.

LOPES, Fernanda Lima. **Auto-referenciação e construção da identidade jornalística**. Rio de Janeiro, 2007. Dissertação de Mestrado (Escola de Comunicação) - Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). 2007, p. 208.

_____. O papel da retórica na construção da identidade do jornalista. *In: Comunicação & Sociedade*, ano 33, n. 56, 2011, p. 265-285.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Modelo metodológico: as fases da pesquisa. *In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo. Pesquisa em comunicação*. 8ª Ed. São Paulo: Edições Loyola, 2005. p. 135-157.

LÓPEZ-RABADÁN, Pablo; MELLADO, Cláudia. O Twitter como espaço de interação no jornalismo político: Dinâmica, consequências e proposta de escala de interatividade para mídias sociais. *In: Comunicação & Sociedade*: vol. 32, 2019.

LUCENA, Larissa Cantuária. **O uso das métricas de audiência no webjornalismo do Amapá: um estudo sobre a redação virtual do site selesnafes.com**. Ponta Grossa, 2020.

Dissertação do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo - Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), 2020.

LUZ, Thaíze Ferreira da. Campo político a partir da perspectiva de Bourdieu e do poder: implicações no campo jornalístico. **RELACult** - Revista Latino-Americana de Estudos em Cultura e Sociedade, [S. l.], v. 6, n. 4, 2020. Disponível em: <<https://periodicos.claec.org/index.php/relacult/article/view/1740>>. Acesso em: 29 de abril de 2023.

MASSUCHIN, Michele Goulart; ORSO, Máira; SALEH, Dayane Muhlbeier. Valores antidemocráticos e ataque às instituições: comportamentos da direita on-line a partir da análise das contas "Direita Brasil" e "Verde e Amarela" no Twitter. *In: Política & Sociedade: Florianópolis*, Vol. 20, Nº 49, de 2021, p. 39-72. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/politica/article/view/84722>>. Acesso em: 18 de out. de 2023.

MARADEI, Anelisa. **Twitter como esfera pública em momentos de protesto: estudo da comunicação pela rede social nos movimentos de 2013, 2015 e 2016 no Brasil**. São Bernardo do Campo, 2018. Tese do Programa de Pós-Graduação de Comunicação Social - Universidade Metodista de São Paulo (UMESP), São Bernardo do Campo, 2018.

MARTA-LAZO, Carmen; GARCIA-IDIÁKEZ, Mikel. El uso profesional de la red social Twitter en la redacción del diario español El País. Vol 17. Espanha: **Palabra Clave**, 2014, p. 353–377. Disponível em: <<https://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/334>>. Acesso em: 28 de abril de 2022.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das mídias digitais: linguagens, ambientes e redes**. Petrópolis: Vozes, 2014.

MAYFIELD, A. **What is social media?**. New York: iCrossing, 2008.

MELLADO, Claudia; HERMIDA, Alfred Hermida. A Conceptual Framework for Journalistic Identity on Social Media: How the Personal and Professional Contribute to Power and Profit. *In: Digital Journalism*, 2022, p. 284-299, DOI: [10.1080/21670811.2021.1907203](https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1907203)

. The Journalist on Social Media: Mapping the Promoter, Celebrity and Joker Roles on Twitter and Instagram. *In: Digital Journalism*, 2023. Disponível em: <<https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2151484>>. Acesso em: 02 de out. de 2023.

MENDONÇA, Ricardo Fabrino; SIMÕES, Paula Guimarães Simes. Enquadramento: Diferentes operacionalizações analíticas de um conceito. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, vol. 27, nº 79, p. 187-235.

NETO, Leopoldo Pedro; SILVA, Marcos Paulo da. Ethos de resistência jornalística na imprensa alternativa durante a ditadura militar brasileira: estudo dos depoimentos em Resistir é Preciso. **Pauta Geral - Estudos em Jornalismo**, [S. l.], v. 9, n. 1, 2022. Disponível em: <<https://revistas.uepg.br/index.php/pauta/article/view/19957>>. Acesso em: 16 de abril de 2023.

PEREIRA, Alexandre André Santos *et. al.* O Twitter no webjornalismo: os impactos da cibercultura e da mobilidade digital na narrativa jornalística. *In: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação: XXI Congresso de Ciências da*

Comunicação na Região Nordeste: São Luiz, 2019. Disponível em: <<https://portalintercom.org.br/anais/nordeste2019/resumos/R67-0202-1.pdf>>. Acesso em: 28 de set. de 2023.

PETERS, Gabriel. Habitus, reflexividade e neo-objetivismo na teoria da prática de Pierre Bourdieu. *In: Revista brasileira de ciências sociais*: São Paulo, vol. 28, nº 83, 2013.

PETRARCA, Fernanda Rios. Narrativas biográficas, identidades e usos da cultura entre profissionais do jornalismo. *In: Revista OPSIS*, 2010, p. 20-41. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/267785943_Narrativas_biograficas_identidades_e_usos_da_cultura_entre_profissionais_do_jornalismo>. Acesso em: 14 de jul. de 2023.

PLATAFORMA do Desenvolvedor. **Sobre a API do Twitter**. 2022. Disponível em: <<https://developer.twitter.com/en/docs/twitter-api/getting-started/about-twitter-api>>. Acesso em: 05 de jul. de 2023.

PIMENTA, Ricardo Medeiros. Ciberespaço, internet e habitus: Uma reflexão bourdieusiana sobre a era digital. *In: MARTELETO, Regina Maria; PIMENTA, Ricardo Medeiros. Pierre Bourdieu e a produção social da cultura, do conhecimento e da informação*. Ed. 01. Rio de Janeiro: Garamond, 2017, p. 241-250.

PRADO, Magaly. **Webjornalismo**. 2011. Rio de Janeiro : LTC, 2011.

PRIMO, Alex. **O aspecto relacional das interações na Web 2.0**. E- Compós (Brasília), v. 9, 2007, p. 1-21.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RODRIGUES, Adriano Duarte. **Estratégias da comunicação**: questão comunicacional e formas de sociabilidade. Lisboa: Presença, 2ª Ed, 1997.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. Eleições e (idade) mídia. *In: Filho, Clóvis de Barros. Comunicação na pólis*: Ensaios sobre mídia e política. Petrópolis: Vozes, 2002, p. 40-59.

SANTAELLA, Lúcia e LEMOS, Renata. **Redes sociais digitais**: a cognição conectiva do Twitter. São Paulo: Ed. Paulus, 2010. (Coleção Comunicação).

SARMENTO, Rayza; MASSUCHIN, Michele Goulart; MENDONÇA, Ricardo Fabrino. Comunicação e Política no Brasil: um panorama recente. *In: Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais*, n. 95, 2021. Disponível em: <<https://bibanpocs.emnuvens.com.br/revista/article/view/118>>. Acesso em: 19 de out. de 2023.

SETTON, Maria da Graça Jacintho. A teoria do habitus em Pierre Bourdieu: uma leitura contemporânea. *In: Revista Brasileira de Educação*. Universidade de São Paulo, Faculdade de Educação: São Paulo, 2002.

SILVA, Marcos Paulo da. As dissonâncias cotidianas nas rotinas dos jornais: O *habitus* jornalístico e a atribuição de um sentido hegemônico às notícias. *In: Estudos em Jornalismo e Mídia*: Florianópolis, Vol. 10, 2013, p. 69-84. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/274127001_As_dissonancias_cotidianas_nas_rotinas_dos_jornais_o_habitus_jornalistico_e_a_atribuicao_de_um_sentido_hegemonico_as_noticias>. Acesso em: 02 de out. de 2023.

SOARES, Ana Paula Muller. **Análise do uso do Twitter no jornalismo contemporâneo**: a configuração da notícia na rede social. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO, 2012.

STUDART, Paulo Henrique de Matto. **Quando, afinal, há segundo turno em uma eleição?**. 2013. Disponível em:

<<https://www.tse.jus.br/institucional/escola-judiciaria-eleitoral/publicacoes/revistas-da-eje/artigos/revista-eletronica-eje-n.-6-ano-3/quando-afinal-ha-segundo-turno-em-uma-eleicao>>.

Acesso em: 06 de abril de 2023.

VALENTE, Mariana Reis Mendes; SILVA, Maurílio Luiz Hoffmann da. **A utilização do Twitter na campanha política e sua aplicação no Tocantins**: estudo de caso do perfil do candidato a Governador eleito Siqueira Campos. *In*: Congresso Panamericano de Comunicação, Brasília, 2010. Disponível em:

<https://www.ipea.gov.br/panam/pdf/GT3_Art3_Val.pdf>. Acesso em: 07 de out. de 2022.

WACQUANT, Loïc. Esclarecer o habitus. *In*: **Sociologia**: Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto, v. 14, 2004, p. 35-41.

WALTERS, Patrick. Reclaiming Control: How Journalists Embrace Social Media Logics While Defending Journalistic Values. *Digital Journalism*, 2021. DOI: [10.1080/21670811.2021.1942113](https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1942113). Acesso em: 26 de abril de 2023.

ZAGO, Gabriela. **Informações Jornalísticas no Twitter**: redes sociais e filtros de informação. *Revista de Comunicação e Epistemologia da Universidade Católica de Brasília*. Nº 8/2011.

_____. Circulação jornalística potencializada: o Twitter como espaço para filtro e comentário de notícias por interagentes. *In*: **Comunicação e Sociedade**: São Bernardo do Campo, v. 34, n. 1, 2012, p. 249-271b.

APÊNDICE A - RELATÓRIO ANALÍTICO

Pensar no Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) sempre me deixou aflita, pois, até o início do meu terceiro ano de Jornalismo eu não tinha ideia sobre o que iria pesquisar. Quando comecei a disciplina de Metodologia II, ministrada pela professora Cândida de Oliveira, é que me vi obrigada a pensar sobre um tema que deveria ter para o TCC. Pois, o trabalho final da disciplina foi justamente entregar uma espécie de pré-projeto. Claro, essa versão do pré-projeto não foi tão completa, como as versões que costumamos elaborar para as disciplinas de Projeto Experimental I e II. Mas, confesso que pensar sobre o que queria pesquisar, e de que modo iria pesquisar meu TCC, ajudou no processo de elaboração. Foram muitos erros e acertos, mais erros do que acertos, porém, acredito que todo o percurso foi necessário para moldar meu trabalho.

O primeiro contato que tive com meu tema, não foi nem na disciplina de Metodologia II, do terceiro ano, mas sim na disciplina de Webjornalismo do segundo ano, ministrada pelo professor Ivan Bomfim, que agora é meu orientador e parceiro de pesquisa. As aulas que me ajudaram a pensar no meu tema foram, justamente, as que tratavam dos avanços das redes sociais dentro do jornalismo. Sempre tive curiosidade em entender como o jornalismo teve que se moldar para incorporar as redes sociais e, principalmente, como a rotina jornalística mudou desde então.

Com isso, quando a professora Cândida passou o trabalho final de Metodologia II, a primeira coisa que veio em minha mente foi mandar um email, como quem não quer nada, mas querendo tudo, para o meu professor Ivan. Antes de encaminhar o email, conversei sobre minhas ideias de TCC com meu namorado Igor. Ao contar que pensava em estudar sobre redes sociais ele veio com a ideia sobre a eleição presidencial de 2022 e como ela impactaria, não somente as mídias digitais mas o jornalismo como um todo. Após essa conversa, eu sabia que precisava conversar urgentemente com Ivan, por isso, encaminhei um email para ele.

No email, eu disse que tinha interesse em realizar um TCC sobre redes sociais, porém não sabia exatamente o que. Ele me chamou, numa quinta-feira, às 10h, para conversar pessoalmente na sala de mestrado do curso. Eu cheguei lá apenas com uma proposta, mas saí com diversas ideias sobre inúmeros projetos de pesquisas. Confesso que a minha primeira versão do pré-projeto, na qual entreguei para a professora Cândida, foi um fiasco. Pois eu simplesmente achava que um TCC daria conta de modificar todo o jornalismo. Uma tola! Mas após alguns apontamentos da professora de Metodologia II e diversas expressões de

interrogação do professor Ivan, foquei em pesquisar melhor sobre uma rede social em específico, o Twitter.

Eu sempre deixei muito transparente para o professor Ivan que adorava ver o caos que se instaura diariamente no Twitter, quando um assunto é debatido. Mas que, de certa forma, nunca achei os veículos jornalísticos fortes nessa rede. Enquanto o acompanhava até a saída da Universidade, ele simplesmente me lançou uma ideia, pois, ao invés de focar nos veículos jornalísticos no Twitter, talvez eu devesse me atentar a forma com que os jornalistas se comportam nesta rede social. Tal ideia me deu um estalo, parecia que tinha achado o pote de ouro ao final do arco-íris. Sem perder tempo, comecei a pesquisar sobre o comportamento dos jornalistas no Twitter, e foi nessa pesquisa que achei o artigo "*Ancorado no passado, twittando do presente: viés cognitivo nas escolhas de palavras dos jornalistas*", de Lee e Hamilton (2022).

Como já mencionei diversas vezes no pré-projeto, esse artigo focava no nível de viés cognitivo dos jornalistas estadunidenses, conforme as eleições de 2016, a mesma que elegeu Donald Trump presidente dos Estados Unidos. Segundo a pesquisa, que foi compartilhada pelo site Poder360, os jornalistas da área política se mostraram muito opinativos no Twitter. Logo pensei, com certeza ocorre o mesmo com os jornalistas brasileiros. Nisso, resolvi fazer uma observação descompromissada no Twitter, com jornalistas da área que já seguia. E a partir daí surgiu a fissuração pelo jornalista e comentarista político, Reinaldo Azevedo. A indicação de Azevedo veio através da mesma pessoa que me ajudou a pensar no rascunho de tema para o TCC, meu namorado. Quando citei o nome de Azevedo para o professor Ivan, não deu outra, ali eu tive a certeza que tinha um tema.

Apresentei uma versão melhorada do meu primeiro pré-projeto para a disciplina de Metodologia II e o resultado foi satisfatório. Quando comecei a disciplina de PEJ I, ministrada pela professora Cintia Xavier, eu tinha noção que o tema já estava pronto, só precisa avançar nos demais quesitos, como problema de pesquisa, objetivos e justificar o porquê de querer realizar um trabalho sobre jornalistas da área política no Twitter durante as eleições de 2022. A princípio, o recorte de tema contemplava o período eleitoral como um todo, mas depois ele passou a limitar-se ao segundo turno. Na minha opinião, essa modificação foi coerente. Mas, ainda sobre a disciplina de PEJ I, confesso que sofri um baque. Pois, foi justamente nesta disciplina que fiquei em exame pela primeira vez na vida. Eu não achava que iria ficar de recuperação, visto que nem a professora acreditou em mim quando disse que estava em exame por dois décimos, mas estava. Nesse momento, duvidei da minha capacidade de elaborar um TCC.

Com menos de dois dias, precisei reformular uma parte do meu pré-projeto para passar na disciplina de PEJ I. Consegui fazer isso em tempo recorde e recebi minha nota do exame, justamente, no dia do meu aniversário de 22 anos. Obviamente que consegui ser aprovada, porém, ainda continuava descrente da minha capacidade como pesquisadora. Ao iniciar a disciplina de PEJ II, conversei com as pessoas do curso próximas a mim, minhas amigas, e tratei de deixar o mau resultado de PEJ I para trás. Quando comecei a ser orientada de fato pelo professor Ivan, sabia que estava no percurso certo. Pois, a cada orientação eu ficava cada vez mais tranquila e confiante em relação ao meu trabalho.

Ainda sobre confiança, após a primeira versão do pré-projeto, que entreguei para a disciplina de PEJ II, ministrada pelo Professor Felipe Pontes, fiquei ainda mais satisfeita com o rumo que o meu TCC estava seguindo. Com as correções do professor de PEJ II, compreendi quais pontos deveria melhorar na pesquisa, principalmente em relação ao referencial teórico ligado ao campo político e dicas para repensar o problema do TCC. Acho interessante citar que o professor Felipe não gostou do meu título do TCC, pois, para ele “O que está acontecendo?” não demonstra a totalidade da minha pesquisa. Porém, como justifico no decorrer do meu trabalho, a frase tem influência, tanto a área em que os usuários do Twitter utilizam para criar seus posts como com a metodologia na qual eu utilizo para a análise dos jornalistas analisados. Pois, o enquadramento parte muito do princípio de entender o que está acontecendo sobre aquele momento que está sendo estudado.

Porém, como sou uma pessoa muito insistente, o título permaneceu o mesmo, mas as demais sugestões tidas por Felipe foram consideradas, tais quais os apontamentos destacados pela professora convidada que avaliou meu TCC na banca de qualificação, Graziela Bianchi. Por falar em banca de qualificação, necessito destacar como fiquei ainda mais determinada em seguir com a minha pesquisa após a aprovação. Todos os professores contribuíram para o avanço dos meus estudos, assim como o aluno convidado, também meu colega de graduação, Vinicius Sampaio. O modo como ele mencionou o percurso metodológico, no qual utilizei para a pesquisa, me animou, principalmente quando foi citado a leitura Python que desenvolvi, com colaboração do meu namorado, uma vez que utilizar o programa no meu TCC fez com que ele se tornasse ainda mais completo.

Confesso que após a qualificação, me senti um pouco acomodada, pois tinha gastado todas as minhas energias para entregar o material na época, que o pós fez com que me sentisse avançada. Ainda mais considerando a nota, pois, na mesma medida que a avaliação me motivou, também fez com que eu ficasse “tranquila”, achando que já tinha um TCC. Mas já adiante, nunca se deve parar por completo, faça, pelo menos, um pouco da pesquisa por dia.

Pois, depois é difícil retomar. O que me ajudou foi justamente essa dica, assim que percebi que estava sem mexer em nada, já me adiantei de recomeçar o TCC, partindo do ponto que mais me agradava, a análise.

Em agosto, como forma de me fazer retomar a pesquisa com tudo, meu orientador surgiu com a proposta de submetermos um artigo no 26º Seminário de Inverno, realizado pelo programa de pós-graduação do curso de Jornalismo da UEPG. Com isso, avancei na minha análise que, na época da qualificação, era piloto. Devido aos dados coletados, Ivan e eu apresentamos um recorte dos meus estudos sobre o jornalista Reinaldo Azevedo. Pode parecer bobo, mas foi somente quando verifiquei o artigo completo que compreendi o quanto a minha pesquisa era instigante, divertida e necessária.

Em diversos momentos da análise senti raiva, visto que estava revivendo o caos que foram as eleições de 2022 e tudo o que ela representou para quem era contra o ex-presidente, Jair Bolsonaro (PL). Interessante falar sobre essa raiva, pois, durante as minhas orientações com o Ivan, notei que o sentimento era mútuo, visto que diversas vezes eu olhava para ele e perguntava: Como a gente sobreviveu a tudo isso?

Mesmo que eu tenha sentido ansia e desespero no decorrer das análises de enquadramento - por conta dos conteúdos compartilhados pelos jornalistas estudados serem insanos -, eu entendi, finalmente, o que é ser pesquisadora. Poxa, não é fácil reviver eventos traumáticos da política brasileira, mas é aquilo, recordar é viver e não devemos deixar que as ações de Bolsonaro sejam esquecidas. Se nós não nos lembrarmos do desgoverno do, agora, inelegível, corremos o risco de cometermos os mesmos erros. Por isso gosto de pensar que a minha pesquisa serve como um museu, não somente para a política, mas para as redes sociais, já que o Twitter (atual X), também mudou... e muito.

Parece até engraçado, escolher como parte do meu objeto de estudo o Twitter. Sim, vou continuar chamando o Twitter de Twitter, pois para mim ele é o eterno Twitter - repeti o nome Twitter de propósito, para dizer o que sinto sobre essa plataforma. No decorrer da minha pesquisa, mesmo antes dela iniciar de fato, o Elon Musk resolveu investir dinheiro em um nome passatempo que, para a minha sorte, era o Twitter. Acho que ninguém entende a mente daquele homem, o que se sabe é que ele mudou muita coisa na rede social que estávamos habituados a utilizar durante os últimos meses.

Mas enfim, mesmo que os a disponibilidade dos dados do Twitter tivessem sofrido alteração, confesso que não chegou a afetar o processo do meu TCC. Dificultou um pouco, claro, levei mais tempo do que devia para caçar os conteúdos dos jornalistas que selecionei para analisar, porém consegui. Então, posso dizer que tenho um rico material guardado

comigo para, quem sabe, utilizar futuramente, sendo que tratei de guardar essas informações de forma segura.

Ainda sobre dificuldades, gostaria de deixar explícito a minha dificuldade com o inglês, principalmente quando me obriguei a ler Benson e Neveu (2005) para agregar conceitos referente ao *habitus*, *ethos* e campo jornalístico no meu TCC. Lidar com Bourdieu já não é fácil, visto muita reflexão, agora em inglês... Alguns capítulos pude traduzir, agora outros trechos precisei pedir ajuda. Mas no final, acho que essa parte teórica do meu trabalho ficou redonda. Mas minha dica é, invistam no inglês, pois você nunca sabe quando vai precisar ler um texto antigo sobre a área que está pesquisando.

Antes de concluir, preciso falar sobre os fatores externos que, ou ajudaram ou dificultaram o processo de elaboração. Primeiro, durante todo esse ano eu trabalhei e estudei na redação de Ponta Grossa. Comecei atuando como estagiária no jornal Diário dos Campos e depois passei para a modalidade de auxiliar, onde tive atuação direta na publicação de materiais que iam para o site. Eu sei que esse relatório é sobre o TCC, mas infelizmente meu foco não foi somente a pesquisa, precisei, assim como muita gente que conheço, me desdobrar em muitas Leriany's para dar conta de tudo. Por sorte, muitas pessoas me apoiaram, as mesmas que fiz questão de agradecer no início deste trabalho. Devo dizer também que, nesse meio tempo eu também consegui sustentar uma casa, junto ao meu namorado. Não foi fácil, mas também não foi impossível.

Portanto, ao fazer esse TCC, eu descobri que gosto de pesquisar, principalmente fatores que relacionem o mercado jornalístico com redes sociais/tecnologia. No momento, eu tenho convicção que não quero ser professora universitária, já pesquisadora... isso é outra história. A graduação, no geral, não foi fácil para mim, afinal, faço parte da turma da pandemia. Mas, posso afirmar que, Jornalismo/UEPG me ensinou a ser casca grossa. Como já mencionei para pessoas próximas a mim, fazer um TCC é estressante, mas para mim, fazer esse TCC, com esse tema, com esse recorte, com a orientação que tive, foi muito legal.

Ao finalizar essa etapa, sinto uma sensação de dever cumprido. Porém, me sinto instigada a me lançar a cenários semelhantes. Não quero deixar de atuar no mercado de trabalho, mas também não quero me afastar da pesquisa. Como vou fazer isso? Ainda não sei, mas se voltarmos ao início desse tópico e lermos, novamente, o processo de criação desse TCC, podemos dizer que eu também não sabia como iria fazer essa pesquisa - muito menos o que ia pesquisar - e vejam só o patamar que estou.

Se foi viável concluir uma TCC, apenas escrevendo - ou tentando - um parágrafo por dia, acredito ser possível realizar novas pesquisas, analisar novos profissionais da área e

conceituar novas mudanças na atuação jornalística. Com isso, concluo, o TCC pode ter finalizado, mas a Leryany Barbosa pesquisadora está só começando a ganhar espaço no meio acadêmico.

ANEXOS A - CONTEÚDOS DE ALEXANDRE GARCIA NO TWITTER

Data	Tweets	Data	Retweets	Data	Tweets com comentários	Data	Conteúdos em anexo
03/10/2022	Quem vota no Mourão, no Onyx, no Astronauta, no Farciso no Rogério Marinho, no Magno Malta, na Damares, na Bia, na Zambelli, no Gayer, na Tereza Cristina, no Pazuelo, no Jorginho Mello e no Seif, no dr Hiran, no Marcos Rogério, no Zema, no Moro e no Deltan - e no fim registra 13?	-	-	-	-	05/10/2022	https://twitter.com/alexandregarcia/status/1577798385242873856?s=20
03/10/2022	De onde sairão os votos para presidente no segundo turno? No meu comentário desta noite, que tem outra pergunta: O que houve com os votos mineiros? https://youtu.be/BfGoqsm3k8 via @YouTube						
06/10/2022	Erros em pesquisas, que induzem milhões de eleitores a erro. Agora no Senado, CPI para as pesquisas eleitorais https://youtu.be/3-l-YYO2fmc via @YouTube						
08/10/2022	Senado quer investigar pesquisas e Câmara pode votar semana que vem punição para pesquisadores de má-fé. Pesquisas e ruas geraram frustrações no 1º turno. Meu artigo em 36 jornais: https://youtu.be/EXWpOqBZpo via @YouTube						
11/10/2022	Já que vai haver 2º turno para presidente, vamos imaginar como será o Brasil do ano que vem. Para ajudar você nessa missão, está prorrogada a oferta de meu curso até 29/10. Vamos falar sobre política, cidadania e nossa responsabilidade como eleitores. https://hotm.art/CursoAlexandreGarcia						
15/10/2022	Câmara e Senado já decididos dia 2: maioria de direita e centro-direita. Com esse novo Congresso, qual dos dois poderá governar? https://youtu.be/c_XiLACL-s via @YouTube						
17/10/2022	A oferta de vendas do meu curso acaba no dia 29. No dia seguinte já é a decisão de segundo turno. Como ficará o Brasil depois desta eleição? Qual é o seu papel como eleitor e cidadão? Falo disso no meu curso de política e cidadania. Não perca. https://hotm.art/CursoAlexandreGarcia						
Data	Tweets	Data	Retweets	Data	Tweets com comentários	Data	Conteúdos em anexo
20/10/2022	Será que algum Papa Gregório da Justiça Eleitoral vai abolir o sábado, porque é 22? No meu comentário, paráfrase de Churchill: "Do Olapoque ao Chui, baixa uma cortina de censura sobre os brasileiros." https://youtu.be/WbJUvy_DBew via @YouTube						
21/10/2022	Será que vão censurar o quarto sábado de outubro? Afinal, é 22... No meu comentário de ontem: Baixa uma cortina de censura sobre os brasileiros https://youtu.be/WbJUvy_DBew via @YouTube						
24/10/2022	Sejam quais forem os resultados das eleições, temos que exercer cada vez mais o poder que emana de cada um de nós, numa democracia. Se quiser saber mais como funciona, meu curso tem esse objetivo. https://hotm.art/CursoAlexandreGarcia						
30/10/2022	17 horas! A las cinco de la tarde... Acabou a votação. Ainda não se sabe se será uma solução. Uma rima, mas ainda não a solução. A las cinco de la tarde a sorte está lançada.						
30/10/2022	Me expliquem por que caminhoneiros estão bloqueando estradas em Santa Catarina, onde Bolsonaro ganhou por 69 a 31? É para se vingar dos eleitores de Bolsonaro?						
TOTAL TWEETS	6.826 até 08/05/2023						

ANEXOS C - CONTEÚDOS DE MÔNICA BERGAMO NO TWITTER

Data	Tweets	Data	Retweets	Data	Tweets com comentários	Data	Conteúdos em anexo	Data	Resposta
03/10/2022	As pesquisas acertaram! Mostraram Lula em 1º, perto de ganhar no 1º. NA MOSCA, Bolsonaro em 2º, Simone em 3º, Ciro em 4º. NA MOSCA. Pesquisa é retrato, eleição é filme, movimento. Simone e Ciro perderam votos no domingo para Bolsonaro. Não é só eleitor de esquerda que vota útil.	-	-	03/10/2022	HISTÓRICO: BOLSONARO RECONHECENDO O RESULTADO QUE EMERGIU DAS URTNAS ELETRONICAS E A INTEGRIDADE DO SISTEMA ELEITORAL; tweet comentado: Elegermos governadores no 1º turno em 8 estados e elegeremos nossos aliados em outros 8 estados neste 2º turno. Esta é a maior vitória dos patriotas na história do Brasil: 60% do território brasileiro será governado por quem defende nossos valores e luta por um país mais livre.	-	-	04/10/2022	Você diz q pesquisa é retrato. @andrei_roman, qdo o nosso dever é dizer q ela não é, simplesmente pq não é. Se Lula tivesse subido 3 pontos, creditariam ao voto útil. Mas foi Bolsonaro que subiu. E Lula ainda perde na abstenção. Em vez de explicar, buscam confundir para silenciar; tweet respondido: Não, as pesquisas erraram! Atlas chegou mais próximo que qualquer outra e mesmo na nossa pesquisa Bolsonaro foi subestimado em 2pp e Lula superestimado 2pp. A diferença de 9 pontos no Atlas acabou sendo de 5 pontos no resultado. Precisamos encarar esse desfecho com honestidade.
03/10/2022	Se Simone e Ciro tivessem perdido os 4 pontos que perderam na reta final, e Lula subisse 4 pts, indo a 52%, MUITOS ACHARIAM TUDO NATURAL. Explicariam o movimento como "voto útil contra Bolsonaro". Como tudo indica que leve voto útil-mas contra Lula.. tá dando um curto-circuito	-	-	03/10/2022	SUPRESA PARA QUEM??? Leia, abaixo, meu comentário de sábado. Vitória em 1º turno sempre foi difícil. Lula teve 48.43% - precisaria de mais 1,57% para vencer. Manchetes de sábado, dizendo que ele estava perto de liquidar a futura, incentivaram voto útil - não no PT, mas em Bolsonaro; tweet comentado (próprio): Sobre 2º turno SEMPRE foi um desafio ENORME para o PT vencer a eleição na primeira rodada, como eu disse e REPETI nas lives do Datafolha. Embora não seja impossível, nunca foi, de fato, o mais provável. ONDA DE VOTO UTIL PRECISARIA GANHAR IMPULSO GRANDE entre hoje e amanhã	-	-	06/10/2022	Não explicar direito como funcionam as pesquisas e bombardá-las muitas vezes por interesses que não o da boa informação. Isso, sim, prejudica a democracia; tweet respondido: Sinceramente... se tem alguma coisa que tá tirando a credibilidade das pesquisas e da mídia é isso. Não reconhecer o que aconteceu prejudica a nossa democracia.

Data	Tweets	Data	Retweets	Data	Tweets com comentários	Data	Conteúdos em anexo	Data	Resposta
04/10/2022	Frota deixa PSDB, diz ser absurdo. Garcia apoia Tarciso e afirma já pedir votos para Lula. Ele esteve com Gleisi e Alckmin	-	-	04/10/2022	Complementando: a pesquisa Atlas mostrou Ciro com o dobro dos votos de Simone (4% contra 2%). Nem por isso, @andrei_roman, as pessoas podem dizer que ela foi a que "mais errou", já que sequer a ordem correta teria "acertado". O debate tem que ser menos apressado; tweet comentado: Não, as pesquisas erraram! Atlas chegou mais próximo que qualquer outra e mesmo na nossa pesquisa Bolsonaro foi subestimado em 2pp e Lula superestimado 2pp. A diferença de 9 pontos no Atlas acabou sendo de 5 pontos no resultado. Precisamos encarar esse desfecho com honestidade.	-	-	06/10/2022	O problema é de como elas são entendidas. As pesquisas acertaram no plano nacional ao mostrar as principais TENDÊNCIAS: Lula na dianteira, Bolsonaro forte, mas sem conseguir ultrapassá-lo no 1º. Se via espremeida. Como o acerto pode ser transformado num suposto erro?; tweet respondido: Eu estou achando excelente essa oportunidade de debatermos no espaço público como funcionam as pesquisas, como deveria ser avaliado o desempenho delas e como podemos melhorá-las. E agradeço a @monicabergamo por não se afastar desse debate tão importante.
04/10/2022	Rodrigo Garcia declara apoio INCONDICIONAL a Bolsonaro.	-	-	06/10/2022	É preciso cautela para analisar recortes das pesquisas. Neste, as margens de erro variam de 4% (p eleitores de Lula) e de 11 e 12% (para eleitores de Simone e Ciro); tweet comentado: Pesquisa Genial! Quasei entre nos eleitores que votaram em Ciro Gomes, 39% pretendem votar em Lula, e 26% em Bolsonaro. Entre os que votaram em Simone Tebet, 34% pretendem votar em Bolsonaro e 26% em Lula.	-	-	11/10/2022	Respondeu com link de matéria; tweet respondido: Concordo! Mentir está normalizado no Brasil.
05/10/2022	Bolsonaro já defendeu aborto como "escolha do casal" em entrevista à IstoÉ Gente. Declaração foi republicada por revista e recuperada nas redes sociais;	-	-	07/10/2022	RACISMO É CRIME: tweet comentado: Vídeo mostra prisão de homem negro em Goiás seguida de 'vai gritar Lula lá na África'. Ministério Público pediu explicações à Polícia Militar; o agente envolvido foi afastado. Leia: https://bit.ly/3Eos4tl	-	-	11/10/2022	Estavam coladas no cenário real e informaram muito bem o que estava acontecendo: Lula em primeiro, Bolsonaro forte, apesar de crises, mas sem conseguir ultrapassar o petista. Terceira via bem atrás. Simone subindo e Ciro em 4º.; tweet respondido: A chuva de pesquisas com descolamento do cenário real também. Precisamos de uma CPI para investigar os institutos de pesquisa.
05/10/2022	EXCLUSIVO- NOTA DO MDB - PARTIDO LIBERA FILIADOS - SIMONE VAI DECLARAR VOTO EM LULA- INTENSIDADE DO APOIO DEPENDE DE PROPOSTAS!!	-	-	08/10/2022	Confusão!: tweet comentado: Sírio é quem nasce na Síria. Ciro de Nazaré. É que digo: é um falso religioso, que nada conhece da fé cristã e nunca leu a Bíblia	-	-	13/10/2022	E acertaram; tweet respondido: O Dataxovo pode errar porque não ganha milhões para fazer previsões. Mas os institutos especializados recebem para acertar.

Data	Tweets	Data	Retweets	Data	Tweets com comentários	Data	Conteúdos em anexo	Data	Resposta
05/10/2022	Datafolha - tem pesquisa sexta! Instituto previu Lula em primeiro, perto de ganhar no TI, NA MOSCA! Bolsonaro em segundo, NA MOSCA! Simone oscilando pra cima e passando Ciro, que caiu: NA MOSCA. Pesquisa é retrato e revela tendências, eleição é movimento!			09/10/2022	Mourão: tweet comentado: Alguém fez ao Mourão a pergunta que deveria ser feita? "Ok, general, mas o senhor vai defender essa ideia de aumentar o número de ministros do Supremo também no caso da provável eleição de Lula? Ou a Corte só precisa de reforma se Bolsonaro for reeleito?"				
05/10/2022	Pq alguns políticos (não são poucos, nem de um só partido) atacam tanto as pesquisas? É só imaginar o mundo sem elas. Candidatos venderiam a ideia de que estão na frente, certo? Abertas as urnas, os menos escrupulosos poderiam defender a ideia de FRAUDE etc. Pesquisa é informação!			12/10/2022	DEBATES, IDEIAS, PROPOSTAS, E EMOÇÃO.: tweet comentado: A Band, UOL, TV Cultura e Folha de S. Paulo se reúnem neste domingo (16), às 20h, para a realização do debate entre os candidatos à Presidência. Luiz Inácio Lula da Silva e Jair Bolsonaro estarão frente a frente neste segundo turno das eleições presidenciais. #BandEleições				
05/10/2022	Ipec: Lula 51% Bolsonaro 43%			13/10/2022	Mais um órgão DO GOVERNO investe contra os institutos de pesquisa, que desde o primeiro turno mostravam Bolsonaro ATRÁS de Lula nas pesquisas (como as urnas revelaram, eles estavam CERTOS. O presidente terminou em desvantagem): tweet comentado: BREAKING NEWS Cade pede investigação contra institutos de pesquisa				
05/10/2022	TEMER MANDA AVISAR QUE NÃO DECIDIU APOIAR BOLSONARO. DIZ EX MINISTRO MOREIRA FRANCO.			14/10/2022	Apoiador "incondicional" de Bolsonaro, Rodrigo Garcia diz que é solidário a Eduardo Leite, que sofre ataques homofóbicos justamente de bolsonaristas na campanha do RS.: tweet comentado: Manifesto meu apoio e solidariedade ao amigo @EduardoLeite_ grande gestor e representante da nova geração política. Não tem espaço em nossa sociedade a intolerância e preconceito				

Data	Tweets	Data	Retweets	Data	Tweets com comentários	Data	Conteúdos em anexo	Data	Resposta
06/10/2022	Para quem quer, DE VERDADE, entender o que pode acontecer entre a pesquisa da véspera e a urna, republico nota que fiz EM SETEMBRO sobre como a abstenção afeta candidatos que têm mais voto na baixa renda.			15/10/2022	PRIMEIRO CONFRONTO DE LULA E BOLSONARO! Os dois CONFIRMARAM presença. Regras favorecem debate AMPLO de ideias. Imporável!: tweet comentado: Domingo é o primeiro confronto entre Lula e Jair Bolsonaro neste segundo turno. Uma tradição da Band que completa quarenta anos em 2022. A diretora de redação da Band, Andressa Guarani, traz as novidades.				
06/10/2022	Quaest: Lula 48% Bolsonaro 41%. Leia:			15/10/2022	#BandNewsTV #DebateNaBand NINGUEM FUGIU! Vai ter debate, e pra valer. Imporável confronto de ideias, de duas visões de país. Sem dobradinhas, sem texto para ler, vale as propostas de cada um. PRESIDENTE E EX-PRESIDENTE, debate de gigantes. Ganha o Brasil!: tweet comentado: Domingo é o primeiro confronto entre Lula e Jair Bolsonaro neste segundo turno. Uma tradição da Band que completa quarenta anos em 2022. A diretora de redação da Band, Andressa Guarani, traz as novidades.				
06/10/2022	Rodrigo Garcia já recebeu tarefa: passar "cadastro" de 300 prefeitos para ajudar Bolsonaro a ampliar votação em SP.			15/10/2022	#BandNewsTV #DebateNaBand Confronto direto, tema livre!: tweet comentado: O primeiro debate do segundo turno entre Lula e Jair Bolsonaro, no domingo, aqui na Band, vai ser histórico. Os candidatos vão ter uma hora no total para um confronto direto com tema livre.				
06/10/2022	Maçonaria repudia "produção imbecil" de "informações falsas" depois de vídeo de Bolsonaro.			15/10/2022	Confirmado: Bolsonaro no debate. Amanhã: tweet comentado: Amanhã o FUTURO vai encontrar o passado. No debate, o Brasil vai poder comparar o melhor presidente desde a redemocratização, o que enfrentou a maior pandemia, a maior seca, a guerra da Ucrânia. E ajudou o Brasil a vencer tudo isso.				

Data	Tweets	Data	Retweets	Data	Tweets com comentários	Data	Conteúdos em anexo	Data	Resposta
07/10/2022	Lula leva à TV vídeo em que Bolsonaro diz que comerá CARNE HUMANA. Entrevista ao NYT está no canal do YouTube do próprio presidente:			16/10/2022	Nervosismo nas redes com a informação de q o presidente poderia faltar ao debate. Mas a campanha dele afirma e reafirma: BOLSONARO VAI; tweet comentado: Amanhã o FUTURO vai encontrar o passado. No debate, o Brasil vai poder comparar o melhor presidente desde a redemocratização, o que enfrentou a maior pandemia, a maior seca, a guerra da Ucrânia. E ajudou o Brasil a vencer tudo isso.				
07/10/2022	Bolsonaro vai ao TSE pedir que Lula retire do ar vídeo em que presidente diz que comerá CARNE HUMANA. "Desespero" e "fora de contexto", diz ministro:			16/10/2022	Bolsonaro recebe apoio de acusado de pedofilia; tweet comentado: Chico Alves: Em live, Bolsonaro recebe apoio de Gabriel Monteiro, acusado de pedofilia https://zpr.co/3vAwrr9f0uS				
08/10/2022	Brasil, 2022: bancada da educação na Câmara CAI PELA METADE, a da baía, que defende MAIS ARMAS, sobre:			16/10/2022	Sim, Bolsonaro VAI; tweet comentado: Programação noturna: Debate da Band.				
09/10/2022	Bolsonaro ameaça aumentar número de ministros do STF se corte não "baixar a temperatura":			17/10/2022	Moro; tweet comentado: Assim como Lula, Bolsonaro mente. Nada do que ele fala deve ser levado a sério. Mentiu que era favor da Lava Jato, mentiu que era contra o Centão, mentiu sobre vacinas, mentiu sobre a Anvisa e o Barra Torres e agora mente sobre mim. Não é digno da Presidência.				
10/10/2022	EXCLUSIVO - SIMONE TEBET - "ALGUÉM TEM QUE COLOCAR JUÍZO NA CAMPANHA DO LULA".			17/10/2022	Moro; tweet comentado: Bolsonaro enfim admitiu ontem que nunca defendeu o combate à corrupção e a Lava Jato. Era só mais um discurso do seu estelionato eleitoral. Asco; tweet comentado: André Trigueiro no Instagram:				
10/10/2022	A chuva de vídeos falsos que começa a cair mostra q o Brasil, mais uma vez, falhou em combater o uso da mentira deslavada como arma eleitoral.			20/10/2022	— Existem várias formas de fazer campanha política. Essa, definitivamente, não deveria ser uma delas. Pela crueldade, pela covardia, pela maldade mesmo. Divulgo a imagem para denunciar este absurdo e gerar alguma reflexão positiva. Basta!				

Data	Tweets	Data	Retweets	Data	Tweets com comentários	Data	Conteúdos em anexo	Data	Resposta
11/10/2022	Bolsonaro, que chegou em segundo lugar no dia 2 de out e seguiu atrás nas pesquisas, leva ao ar sua propaganda mais agressiva desde o início do segundo turno. A meta de campanhas em desvantagem é sempre aumentar a rejeição do adversário e tentar a virada:			20/10/2022	Rodrigo Garcia explica por que seu apoio a Bolsonaro é perfeitamente coerente com sua própria história; tweet comentado: Rodrigo Garcia explica por que seu apoio a Bolsonaro é perfeitamente coerente com sua própria história.				
12/10/2022	Bolsonaristas gritam e encurralam um homem em Aparecida. A razão: ele usava camiseta vermelha!			20/10/2022	A mulher pisa no bicho, que não pode reagir porque está dominado por outro ser "humano". Queima a casa dele com o número do candidato dela a presidente. E torna distância, decidida, "poderosa". O animal apenas pisca; tweet comentado de novo: André Trigueiro no Instagram: — Existem várias formas de fazer campanha política. Essa, definitivamente, não deveria ser uma delas. Pela crueldade, pela covardia, pela maldade mesmo. Divulgo a imagem para denunciar este absurdo e gerar alguma reflexão positiva. Basta!				
12/10/2022	Religião é assunto absolutamente privado - cada um tem o seu jeito de se relacionar com Deus, e a liberdade de escolher a Igreja que quiser - ou nenhuma delas. JJJ SUS, escola, é o que o estado administra e organiza. E ninguém consegue debater:			20/10/2022	Base bolsonarista tenta censurar e criminalizar pesquisas. Na mesma semana, ministro posta o seguinte comentário; tweet comentado: Pelos últimos acontecimentos, NÃO podemos ADMITIR que a #censura se instale no Brasil em pleno século XXI.				
13/10/2022	TSE MANDA BOLSONARO TIRAR DO AR PROPAGANDA EM QUE LULA É CHAMADO DE LADRÃO:			22/10/2022	Apontadas como garotas que faziam "programas", adolescentes venezuelanas passaram a última semana sem sair de casa; tweet comentado: As meninas venezuelanas associadas por Bolsonaro à prostituição passaram a última semana sem sair de casa, evitando ir à escola, para serem preservadas do assédio ao qual foram submetidas após as declarações dadas pelo presidente a um podcast. Leia: https://bit.ly/3siR2tS				
13/10/2022	QUAEST: LULA 49% BOLSONARO 41%:			23/10/2022	Veja a foto de Jefferson com Bolsonaro; tweet comentado: Bolsonaro sobre Roberto Jefferson: 'Não tem uma foto dele comigo' https://2pr.co/3u5spEQa34r1c1E				

Data	Tweets	Data	Retweets	Data	Tweets com comentários	Data	Conteúdos em anexo	Data	Resposta
13/10/2022	Se teve um "instituto" que errou foi o "DataPovo" bolsionarista. Eleitor que acreditou em suas "previsões" pensou q o presidente sairia reeleito já no dia 2, e com 60% dos votos. Quem se informou por pesquisas sérias sabia q Lula terminaria na frente, seguido por Bolsonaro.			24/10/2022	Veja Moro DETONANDO Bolsonaro; tweet comentado: https://twitter.com/BlogdoBolsoinstituto/1584622038725494272?s=20				
13/10/2022	URGENTE-ALEXANDRE DE MORAES SUSPENDE INVESTIGAÇÃO DE GOVERNO BOLSONARO (CADE E PF) SOBRE PESQUISAS!!!! POR AUSÊNCIA DE JUSTA CAUSA! (Obs minhas: elas ACERTARAM ao dizer q Lula terminaria em 1o e Bolsonaro em 2o)			25/10/2022	ATENÇÃO- abaixo, outra FAKE NEWS espalhada por bolsionarista para "ajudar o capitão". Gilmar pediu investigação a Alexandre de Moraes. Leia na coluna: https://www1.folha.uol.com.br/ciudadania/municabengamao2022/10/gilmar-pede-que-alexandre-de-moraes-estive-video-falso-sobre-jantar-com-filho-de-lula.shtml . - tweet comentado: Gostaria de saber que o filho de Lula estava fazendo na Itália em um restaurante famoso por nome de Alfredo Junto com Gilmar Mendes? Alguém consegue me responder?				
14/10/2022	Margem de ERRO do DataPovo: o "instituto" "dizia" que Bolsonaro teria 60% dos votos no primeiro turno—ou 93 milhões de votos. Abertas as urnas, o presidente teve 51 milhões de votos.			25/10/2022	FAKE NEWS espalhada por bolsionarista para "ajudar o capitão". Gilmar Mendes já pediu investigação. Leia; tweet comentado: Dizem ser o filho do Lula com Gilmar Mendes em restaurante na Itália. Muito plausível, pois a falecida obtive cidadania italiana.				
15/10/2022	Pesquisas Datafolha, Ipspe, Ipec, Quaes e Atlas desta semana mostram votos de Lula consolidados, mas Bolsonaro em sua cola e c melhora na avaliação de governo. "DataPovo" bolsionarista, que "previu" Bolsonaro vencedor no 1º, com 60% (ERRO!) ainda não divulgou suas "previsões".			26/10/2022	Bolsionaristas já começam a disparar o discurso de "fraude". Pesquisas mostram presidente em desvantagem. Ataque de bolsionarista à PF, até com granadas fornecidas ilegalmente ao detento na prisão. freu crescimento do candidato.; tweet comentado foi tirado do ar				
15/10/2022	Ex-amigo da família Bolsonaro, PAULO MARINHO abastecia Lula de informações para o debate. Confidente de Bebiano, ele estava no coração da campanha do presidente em 2018.			29/10/2022	As perguntas mais duras muitas vezes geram respostas pithorosas, históricas... Abaixo, Italo Nogueira, da @folha: tweet respondido: Quería dar parabéns ao colega pela corajosa e ótima pergunta. Sabem quem foi?				
Data	Tweets	Data	Retweets	Data	Tweets com comentários	Data	Conteúdos em anexo	Data	Resposta
16/10/2022	"Pintou um clima" venezuelano desmente Bolsonaro sobre fala de prostituição de meninas "bonitinhas" que presidente abordou em um passeio de moto.			29/10/2022	ATENÇÃO! MINISTRO DE BOLSONARO ANUNCIA POLÍCIA NAS RUAS! ELE DIZ QUE FAZ ISSO "EM PROL DO QUE, EM SUA DEFINIÇÃO, SERIAM ELEIÇÕES "LIMPAS";" tweet comentado: #Bomdia com enfrentamento direto aos crimes eleitorais. Integração de 10 mil policiais federais com cerca de 500 mil agentes das forças de segurança estaduais, em prol de eleições limpas e seguras. Ontem, já apreendemos quase 5 milhões de reais em dinheiro. #Eleicao2022				
16/10/2022	Bolsonaro faz live de emergência sobre o "pintou um clima" com "meninas bonitinhas" e ataca o PT.			29/10/2022	O TSE acionou a PF para investigar crimes eleitorais?? Ou foi o gov Bolsonaro que decidiu fazer a "investigação"? Um governo pode decidir investigar "crimes eleitorais" de uma eleição da qual participa?; tweet comentado: #Bomdia com enfrentamento direto aos crimes eleitorais. Integração de 10 mil policiais federais com cerca de 500 mil agentes das forças de segurança estaduais, em prol de eleições limpas e seguras. Ontem, já apreendemos quase 5 milhões de reais em dinheiro. #Eleicao2022				
16/10/2022	Quer ver a entrevista completa em q Bolsonaro falou q "pintou um clima" e adolescentes da Venezuela? Impossível. Ela foi removida do YouTube			30/10/2022	ZERO DIVERGÊNCIA! Os brasileiros ditam seu destino pelas urnas.; tweet comentado: Auditores do @TCU oficial concluíram o processamento e cruzamento de dados extraídos de 4.162 Boletins de Uma, recolhidos em meio físico, e comparados com a base de totalização do @TSEusbr. São mais de 5,6 milhões de votos auditados e o resultado foi zero divergência.				
16/10/2022	Michelle e Damares querem visitar venezuelanas depois de repercussão de fala de Bolsonaro de que "pintou um clima".			30/10/2022	Escândalo: O metrô de BH, vinculado ao GOVERNO BOLSONARO, descumpe escancaradamente decisão judicial de liberar o metrô para os eleitores- dificultando o transporte da população de BAIXA RENDA e seu acesso às urnas.; tweet comentado: Segundo o Sindicato-MG, funcionários foram orientados a não receber nenhuma notificação judicial por mensagem de whatsapp #1 #Eleições				

Data	Tweets	Data	Retweets	Data	Tweets com comentários	Data	Conteúdos em anexo	Data	Resposta
16/10/2022	Michelle diz que Bolsonaro fala "se pintar clima" até quando é chamado para almoçar. 'Mania'.			30/10/2022	ATENÇÃO. SAI BOLSONARISTA PABLO MARCAL ENTRA PETISTA PAULO TEIXEIRA; tweet comentado: Mônica Bergamo: TSE indelêre candidatura de Pablo Marçal, e Paulo Teixeira é reeleito deputado federal				
17/10/2022	Com CENSURA as pesquisas, que mostraram Lula em PRIMEIRO e Bolsonaro em SEGUNDO no primeiro turno, restaria ao cidadão o famoso DataPovo, e sua "previsão" de que Bolsonaro venceria com 60% já no dia 2 de outubro.			30/10/2022	Se a denúncia se confirma, vai ser o engajamento mais escancarado da Polícia Rodoviária Federal em um pleito, cometendo o CRIME de desobedecer a uma ordem judicial. STF já tinha proibido operações suspeitas de favorecer BOLSONARO; tweet comentado: URGENTE- ontem TSE proibiu qq operação da PRF relacionada ao transporte público, gratuito ou não, disponibilizado aos eleitores(as). Estão chegando várias denúncias de q essas operações estão ocorrendo. Precisamos q nos enviem fotos e vídeos p/ tornarmos providências junto ao TSE				
17/10/2022	"PINTOU UM CLIMA": COMISSÃO DE DIREITOS HUMANOS DO DF PEDE PROTEÇÃO A ADOLESCENTES VENEZUELANAS CONTRA INTIMIDAÇÃO. FUNCIONÁRIOS DO GOVERNO BOLSONARO JÁ TERIAM VISITADO LOCAL ONDE ELAS FICAVAM, DIZ DEPUTADO.			30/10/2022	Deputados de centro, de esquerda e de direita passaram os anos da Lava Jato sendo xingados no meio da rua, filmados, acusados, e JAMAIS um deles invadiu um local de pessoas desarmadas, apontando o revólver na cara inclusive de um advogado. O Brasil não pode virar um banguê-banguê; tweet comentado: Fosse Zambelli uma deputada de esquerda, a mídia estaria em favor dela em legítima defesa da honra ofendida da deputada por uma lei Progressista que criminaliza uma ofensa verbal. Carla reagiu a um crime previsto por uma lei -repto- progressista.				
17/10/2022	Padres temem infiltração de religiosos bolsonaristas em evento hoje com Lula.			30/10/2022	Denúncias de q a PRF está impedindo o trânsito de eleitores se multiplicam; tweet comentado: Jacobina, Bahia! Vários casos!				
17/10/2022	Bolsonaro usa lâbia de Trump em debate e abala Lula, analisa campanha.			30/10/2022	É correto q um homem, por apoiar Bolsonaro, coloque um dirgão armado, a PRF, nas estradas para impedir eleitores pobres de votarem? Esta é a denúncia que está se multiplicando. Alexandre de Moraes já pediu explicações; tweet comentado: Jacobina, Bahia! Vários casos!				

Data	Tweets	Data	Retweets	Data	Tweets com comentários	Data	Conteúdos em anexo	Data	Resposta
18/10/2022	O "pintou um clima" de Bolsonaro tem várias facetas. Uma delas: o pr disse q "meninas bonitinhas" de "14-15 anos" se arrumavam para "ganhar a vida", insinuando prostituição. Falso. Elas participavam de um programa social. Famílias querem retratação.			30/10/2022	Silvinei tem o direito de votar em Bolsonaro, mas não tem o direito de descumprir ordem judicial pois isso é CRIME. Várias denúncias e petições foram feitas ao TSE, q pede explicações; tweet comentado: Diretor geral da Polícia Rodoviária Federal, Silvinei Vasques pede voto a Bolsonaro. Acompanhe ao vivo as #Eleições2022: http://bit.ly/3NlupOm @Ladeiraphoto				
18/10/2022	Maria Teresa Belandria, que o gov Bolsonaro considera "embaixadora" da Venezuela e que está ajudando o presidente a minimizar o estrago do "pintou um clima", não é diplomata do país vizinho. É, na verdade, advogada ligada a Juan Guaidó, o autoproclamado "presidente" da Venezuela.			30/10/2022	Polícia Rodoviária Federal estaria impedindo nordestinos de votarem. Denúncias chegaram ao TSE, que pediu explicações; tweet comentado: DEIXEM O NORDESTE VOTAR! Vídeos do nordeste mostra a PRF fazendo barreiras para que os nordestinos não possam votar. Silvinei Vasques, diretor geral da PRF, já foi intimado pelo TSE para explicar o motivo dessas blitz no dia da eleição.				
18/10/2022	O "governo Guaidó" da Venezuela, "reconhecido" por Bolsonaro e que agrta ajuda o presidente a minimizar o estrago do "pintou um clima" com adolescentes venezuelanas, saiu de moda com a guerra da Ucrânia. Os EUA negociam petróleo com o gov Maduro, e não com o "presidente" Guaidó.			30/10/2022	Grave; tweet comentado: No Nordeste, a Polícia Rodoviária Federal descumpra a ordem judicial e faz dezenas de blitzes para parar ônibus. No Rio, a Polícia Militar faz blitz na Avenida Brasil e gera congestionamento monstro. Não, não está normal				
18/10/2022	Um dos pontos pitorescos, portanto, do "pintou um clima" é a narrativa de que a própria embaixada da Venezuela estaria meditando entendimento de Bolsonaro com as venezuelanas. Falso. A mediação é da "embaixadora" que representa o "governo Guaidó".			30/10/2022	GRAVE; tweet comentado: Algumas coisas que precisamos deixar claras: 1. O golpe que tanto temíamos está acontecendo 2. Pode ser que ele não se conchou e que o @TSE[usbr seja capaz de interrompê-lo 3. Pode ser que ele se conchou e, nesse caso, a democracia terá acabado outra vez no Brasil no dia de hoje				

ANEXOS D - CONTEÚDOS DE REINALDO AZEVEDO NO TWITTER

Data	Tweets	Data	Retweets	Data	Tweets com comentários	Data	Conteúdos em anexo	Data	Resposta
03/10/2022	Sudeste complicado no Segundo Turno. Na @radiobandnewsfm com @alebentivoglio e Bob Furuya			05/10/2022	Bolsonaro atribui vitória de Lula no Nordeste ao analfabetismo — que, por sua vez, seria consequência de governos de esquerda. Preconceito e delinqüência intelectual; tweet comentado: Bolsonaro acaba de produzir mais uma peça de campanha contra si. Resolveu associar o eleitor nordestino do Lula ao analfabetismo. É mesmo uma aula de como dar tiro no pé. Só deixar ele falar.			04/10/2022	ainda que sem citar o partido; - a despeito de evidências e do anúncio, após o 1º turno, de que pretende emparelhar o STF. Ciro diz que Bolsonaro não representa risco à democracia; - Ciro, cf. sempre afirmei, anunciou sua candidatura em 2026 e acena à sua militância virtual; tweet respondido: Ciro se tornou uma esfinge sem segredos. Se quem votou nele optar por Lula, será apenas por vontade própria. Sem sua influência. No vídeo: - diz acompanhar a decisão do partido, mas nem diz qual é; - não cita o nome de Lula; - praticamente todas as críticas são dirigidas ao PT, de 11 para 16 o número de ministros do STF para garantir maioria a favor da ditadura. Estipulou ainda que civis fossem julgados pela Justiça Militar "para repressão de crimes contra a segurança nacional ou as instituições militares". Além disso, governadores passaram a ser; tweet respondido: Havia escrito que Chávez ampliou a Suprema Corte em 2013. Como a imagem deixa claro - e tratai ontem do assunto em O E da Coisa - o corte é 2003. Apaguei e corrigi. Mas que se note: a ditadura militar brasileira foi precursora em tal prática. O AI-2, de 27/10/65, aumentou
03/10/2022	Institutos chegaram bem perto nos números de Lula. Mas Bolsonaro teve um desempenho bem acima do esperado, sobretudo no Sudeste. Por que a surpresa? Dá para antever o alarido que o bolsonarismo fará contra as pesquisas, já que não tem mais sentido reclamar das umas.			06/10/2022	Perguntinha que o Tio Rei se fez e a Quaesf respondeu. Integra no YouTube da @radiobandnewsfm; tweet comentado: Um dado exclusivo da pesquisa Quaesf daqui a pouco em O E da Coisa. Importantíssimo.			08/10/2022	julgados pelo Superior Tribunal Militar em casos relacionados à segurança nacional. Permitiu a decretação de intervenção federal "para prevenir ou reprimir a subversão da ordem". E excluiu a possibilidade de a Justiça se manifestar sobre atos institucionais; tweet respondido: de 11 para 16 o número de ministros do STF para garantir maioria a favor da ditadura. Estipulou ainda que civis fossem julgados pela Justiça Militar "para repressão de crimes contra a segurança nacional ou as instituições militares". Além disso, governadores passaram a ser Esse é o roteiro das tiranias. E a ditadura militar de 64, no Brasil, precedeu a de Chávez em tal prática.
03/10/2022	Acha esse Congresso ruim? Espere o próximo! Na @radiobandnewsfm com @alebentivoglio e Bob Furuya https://youtube.com/watch?v=ny-dhDfISQbs			16/10/2022	Comentei à época essa barbaridade. Ele é quem é. Não perde a piada machista e misógina nem diante de uma criança. É evidente que o conjunto remete à pedofilia; tweet comentado: Muito desconfortável de assistir			08/10/2022	Leia a íntegra no @UOLNoticias; tweet respondido: A ideia de Bolsonaro é elevar o número de ministros do STF para 15, o que lhe garantiria uma maioria de 8 votos. O inferno, então, seria o limite. Cumpriria o roteiro de Hugo Chávez em 2003 — Chávez que, diga-se, era o ídolo do então deputado Bolsonaro em 1999.
03/10/2022	A vitória de Bolsonaro está longe de ser impossível, embora, Lula pareça o favorito. Se conservar todos os votos que obteve no 1º turno, falta pouco para chegar à vitória. A tarefa de Bolsonaro é mais difícil. Ocorre que há algumas pedras no meio do caminho do petista.			16/10/2022	O sujeito assinou a sua obra criminosa; tweet comentado: Imagine que você foi julgado por um juiz que o condenou, foi considerado suspeito, teve a sentença anulada, confessou ser teu inimigo histórico, te tirou de uma eleição e agora posa ao lado do teu adversário, de novo!			08/10/2022	
03/10/2022	No @UOL #UOLEleicoes2022 https://noticias.uol.com.br/columnas/reinaldo-azevedo/2022/10/03/pl-e-sim-favorito-para-o-2o-turno-mas-ha-uma-pedreira-no-meio-do-caminho.htm			16/10/2022	Na mosca!; tweet comentado: Há anos temos sustentado que lavajatismo e bolsonarismo são irmãos siameses: ambos projetos autoritários conduzidos por canalhas da pior espécie. Hoje Bolsonaro e Sergio Moro comparecem juntos ao debate.			20/10/2022	de olho em 2026. Aquele 1,57 ponto percentual que faltou a Lula no dia 2 levou o país a olhar para o abismo. E agora o abismo olha para o país. Ainda que Bolsonaro seja derrotado, miasmas do vale-tudo empestiarão o futuro. Na @lula; tweet respondido: Nunca achei, e escrevi isto aqui mais de uma vez, que a eleição seria um passeio. E parecia claro que a realização de um segundo turno daria azo a sortilégios e indignidades. Estão aí, na cara de toda gente. Não viu quem não quis ou quem resolveu dançar o minueto com o desastre
03/10/2022	Lula é o favorito. Mas tem um triângulo perigoso a transpor. Meu comentário na manhã desta segunda na @radiobandnewsfm			17/10/2022	Chegamos ao ponto em que um cardeal tem de explicar as razões de suas vestes vermelhas. Não obstante, os canalhas q o patrulham, em sua infmita ignorância, apresentam-se como defensores da religião; tweet comentado: Se alguém estranha minha roupa vermelha (perfi), saiba que a cor dos cardais é o vermelho (sangue), simbolizando o amor à igreja e prontidão ao martírio, se preciso for. Deus abençoe a todos. Mas... ninguém machuque ninguém!			26/10/2022	Muitos de nós gostamos de pensar que o eleitorado de Bolsonaro vai acordar para a realidade. Ora, se um criminoso reage com essa violência contra policiais que cumprem uma ordem judicial, parece haver algo de errado; tweet respondido: Que nada! A bravata os anima. Melhor tentar alertar sobre o que Guedes quer para o Imposto de Renda e pro Salário Mínimo

Data	Tweets	Data	Retweets	Data	Tweets com comentários	Data	Conteúdos em anexo	Data	Resposta
03/10/2022	Em O É da Coisa. O desempenho de Lula foi fabuloso, C/ 48 43%, só perde para si mesmo em 2006: 48,61% (excetuam-se 94 e 98 - vitória de FHC no 1º). Ficou a 1,57 da vitória. Melhor 1º turno da história em n's absolutos. Vantagem de 6.186.838 votos. Direta troglodita avançou? Sim.			18/10/2022	Sensacional! Vocês têm de ouvir Bolsonaro e Marcola frente a frente. O Tigrão com jornalistas mulheres vira tchutchuca diante do chefe do PCC. E tenta até ser catifa e sedutor para Marcola. Atenção para fala sobre estupro.; tweet comentado: Bolsonaro e Marcola frente-a-frente			26/10/2022	não fiscaliza execução de propaganda ainda que houvesse problemas. A seis dias da eleição, a dupla de Fábios (Faria e Wangarten) — q ñ se gostavam, mas, tudo indica, encontraram algo em comum — vem com a tese golpista. Quem teria organizado o complot com milhares de rádios? Notam; tweet respondido: Tem o tracking da campanha de Bolsonaro o coloca atrás de Lula. O complot das rádios é um delírio. Aquilo é q chamam de prova é lixo. Empresa q monitora propaganda da Haven se mete a ser fiscal do horário eleitoral. Notem q a ideia é acusar complot do TSE com o PT. Mas o tribunal
04/10/2022	No dia 30 de outubro, assistiremos a uma eleição inédita: um "recall" de segundo turno Lula é, obviamente, o favorito. Mas a vida é luta renhida: os que se alinharam a Lula têm razões para se preocupar, mas há quem esteja transformando uma vitória numa descepção ou até em derrota.			19/10/2022	Bolsonaristas fecham igrejas.; tweet comentado: Mais um desrespeito à Igreja Católica. Virou ato diário.			26/10/2022	q algumas larpas do golpismo já pedem adiamento da eleição. Isso é pretexto para não reconhecer resultado das urnas se perder. Bolsonaro investiu muita grana de propaganda em rádios Brasil afora. Quem não era convidado para entrevistas até outro dia era Lula. E o funcionário demitido do TSE? É só complemento da farsa. Esse tipo de personagem é comum em casos assim. Há um filme sobre o nazismo exemplar a respeito: "Au Revoir les Enfants", de Louis Malle. Esse suposto complot era uma das bolas de prata do bolsonarismo. Que a lei se encarregue deles.

Data	Tweets	Data	Retweets	Data	Tweets com comentários	Data	Conteúdos em anexo	Data	Resposta
04/10/2022	Os dados não autorizam essa leitura... leia no @UOLNoticias @UOL #UOLEleicoes2022			19/10/2022	Aqui o áudio em que Bolsonaro diz que "a igreja é a grande responsável pela miséria no nosso país"; tweet comentado: Ouçam abaixo. Bolsonaro culpa Igreja Católica e Belinho pela miséria. E critica vasectomia e laqueadura voluntárias. Quería esterilizar os pobres nem que fosse contra a sua vontade. Eis o cristão.				
04/10/2022	Bolsonarismo não perdoa dissidentes. Veja este corte no YouTube da @radiobandnewsfm https://youtu.be/jd4thQmHhIFQ			19/10/2022	Este é o Brasil do bolsonarismo.; tweet comentado: Mais um caso de bolsonaristas invadindo igrejas e desrespeitando a casa de Deus. Isso tem ficado cada dia mais frequente. Eles são violentos e não respeitam ninguém. Repassem.				
04/10/2022	As pesquisas favoreceram ou atrapalharam o bolsonarismo? Meu comentário na manhã desta terça está no YouTube da @radiobandnewsfm https://youtu.be/c1QnThQIhw			23/10/2022	Existem juízes em Brasília. Bolsonaro gostaria que só houvesse esbirros.; tweet comentado: Parabéns pelo competente e profissional trabalho da Polícia Federal, orgulho de todos nós brasileiros e brasileiras. Inadmissível qualquer agressão contra os policiais. Me solidarizo com a agente Karina Oliveira e com o delegado Marcelo Villela que foram, covardemente, feridos.				
04/10/2022	Até os psicopatas erram às vezes. Imaginem os que se locupletam, sem conter seus apetites. Se Bolsonaro vencer, ele e seus reações vão trombar com os extremistas. Leia no @UOLNoticias #UOLEleicoes2022			23/10/2022	Eis aí como agem os partidários do cara que diz defender a liberdade de imprensa.; tweet comentado: O cinegrafista Rogério de Paula, da Inter TV, afiliada da Rede Globo, foi agredido por apoiadores do presidente Jair Bolsonaro, quando estava em frente à casa do ex-deputado Roberto Jefferson.				
04/10/2022	Ciro se tornou uma esfinge sem segredos. Se quem votou nele optar por Lula, será apenas por vontade própria. Sem sua influência. No vídeo: - diz acompanhar a decisão do partido, mas nem diz qual é; - não cita o nome de Lula; - praticamente todas as críticas são dirigidas ao PT,			24/10/2022	Pelo amor de Deus! Vcs juram que isso não é uma pegadinha, uma brincadeira, uma peça de humor?				

