

## **Estadão E Bruno Covas: Um Estudo Sobre O Agendamento Midiático Do Apoio Do Jornal À Reeleição De Covas Em Seus Editoriais<sup>1</sup>**

Anthony Bernardo Baruffi BUQUI<sup>2</sup>

Fernanda Thais de LIMA<sup>3</sup>

Maria Joana Chiodelli CHAISE<sup>4</sup>

Universidade de Passo Fundo, Passo Fundo, RS

### **RESUMO**

Este estudo analisou quatro dos editoriais publicados pelo Jornal O Estado de São Paulo, durante o período de 30 de outubro a 29 de novembro de 2020. Esses editoriais abordam as eleições municipais da cidade de São Paulo, levando em consideração o primeiro e o segundo turno. Para a realização deste trabalho teve-se como base a Teoria do Agendamento, a partir do conceito proposto por Walter Lippmann (1889). No Brasil, raramente são vistos veículos declarando apoio explícito a algum candidato, portanto, quando algo desse nível ocorre chama grande atenção do público. Essa predileção do veículo pelo candidato foi um dos fatores para a escolha do tema. Observou-se neste estudo as marcas da construção dos editoriais desse veículo, como o jornal agendou essas pautas, assim como a descoberta de quais elementos ficam expressos no texto e como houve o apoio nos materiais publicados. Também analisou-se a influência desse veículo para a vitória de Bruno Covas à eleição municipal no domingo, dia 29 de novembro de 2020. Inicialmente, buscamos compreender a teoria do agendamento. A hipótese da Agenda Setting é uma linha de pesquisa que propõe uma nova etapa de investigação sobre os efeitos da comunicação de massa, seu conceito básico pode ser definido como: " (...) um tipo de efeito social da mídia. É a hipótese segundo a qual a mídia, pela seleção, disposição e incidência de suas notícias, vem determinar os temas sobre os quais o público falará e discutirá" (Barros Filho, 2001, p. 169). Desse modo, a teoria indica que os meios de comunicação influenciam no que os indivíduos devem pensar, e não é uma influência de curto prazo, mas sim de médio a longo prazo. A influência que esses meios têm nos receptores depende, efetivamente, do grau de

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ – Jornalismo do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 16 a 18 de junho de 2022.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Jornalismo da FAC-UPF, email: [186227@upf.br](mailto:186227@upf.br).

<sup>3</sup> Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Jornalismo da FAC-UPF, email: [184389@upf.br](mailto:184389@upf.br).

<sup>4</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da FAC-UPF, email: [mariajoana@upf.br](mailto:mariajoana@upf.br).

exposição, mas mais do que isso, do tipo de mídia, do grau de relevância e interesse que esse receptor tem por determinado tema, depende do nível de necessidade de orientação ou pela falta de informação que o receptor apresenta. Os meios de comunicação de massa além de influenciar em que assuntos os receptores irão tratar em seus ambientes socializadores, trabalham de forma mais profunda nos indivíduos. Traquina (2000) afirma que: “novas investigações, explorando as consequências do agendamento do enquadramento dos mídia, sugerem que os mídia não só dizem em que pensar, mas também como pensar nisso e, conseqüentemente, o que pensar (Traquina, 2000)”. Assim, surge o princípio do que seria um conceito de uma forma mais aprofundada da influência da mídia - o enquadramento. Este, por sua vez, não apenas contribui para o agendamento de temas, mas também gera interpretações para esses assuntos, fazendo com que o receptor pense como o veículo. Essa fundamentação teórica servirá de base para a análise dos editoriais do Estadão, os quais tratam da campanha de Bruno Covas. O Estado de São Paulo (popularmente conhecido por “Estadão”) é um jornal brasileiro de propriedade do Grupo Estado, foi fundado em 1875 intitulado “A Província de São Paulo”, devido à queda do regime monárquico, seu nome mudou para o atual em 1890. O Estado de São Paulo é um veículo altamente influente, seguido por cerca de 12,7 milhões de pessoas em suas redes sociais (somado Twitter, Facebook, YouTube e Instagram), possuindo a segunda maior taxa de engajamento entre os veículos de internet do país. O público-assinante é formado majoritariamente por indivíduos das classes A e B (50%), segundo dados de 2019, divulgados pelo jornal. Segundo a Wikipédia, Bruno Covas Lopes<sup>1</sup> se filiou ao PSDB em 1998. Elegeram-se deputado federal em 2014 e renunciou ao mandato em 2017 para ser vice na gestão de João Doria na prefeitura de São Paulo. Em abril de 2018, João Doria deixou o cargo e Covas assumiu o posto de prefeito da capital paulista. No ano de 2020, Covas concorreu a reeleição, obtendo êxito em sua campanha indo à disputa do segundo turno, no qual recebeu cerca de 59,38% dos votos válidos, derrotando Guilherme Boulos (PSOL). Após apresentada a fundamentação e o objeto a ser analisado, passemos à análise propriamente dita. Serão discutidos 04 editoriais. O primeiro editorial, publicado em 30 de outubro de 2020, a 17 dias das eleições municipais, é intitulado “Os Padrões do Comportamento Civilizado”. O Estadão respondeu o então candidato Celso Russomanno sobre uma declaração em que disse que o candidato à reeleição Bruno Covas “poderia não terminar o mandato

caso fosse reeleito”. Esta afirmação gerou repercussão, contribuindo para que o veículo tomasse para si as dores de Covas, mesmo que subjetivamente no texto. Ainda no mesmo editorial, o texto associa Russomano a Jair Bolsonaro, e dali para a frente segue para outro rumo - ressuscitar o sentimento antipetista da população por meio de uma frase de Dilma Rousseff de 2013, onde expõe que ela e seus correligionários faziam “o diabo” em época de eleição. Embarcado nas ferrenhas críticas ao PT e sua forma de fazer campanha, o “Estadão” correlaciona essas mesmas formas ao que Bolsonaro realizou em toda sua vivência política e declarações. O foco prossegue sendo Bolsonaro e suas “façanhas” diante do governo, com críticas contundentes ao modelo de gestão, suas posições contraditórias na época de pandemia da Covid-19 e também culpando-o pela crise em que o país mergulha. No último parágrafo, o jornal “torce” para uma alternativa que possa acabar com as duas formas de fazer política. A posição que o veículo toma é oferecer apoio a Covas. O segundo editorial, “Não É Hora Para Aventuras”, foi publicado em 22 de novembro de 2020, a oito dias das eleições para o segundo turno. É perceptível a busca por votos ao candidato Bruno Covas, destacando qualidades do atual prefeito e atacando em alguns pontos o concorrente, Guilherme Boulos, como por exemplo a falta de experiência na administração pública e o fato de ser um candidato da esquerda. É notório o quanto o jornal o associa ao PT e logo ao ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, desvirtuando-o e desqualificando-o. O editorial critica as propostas de governo de Boulos, caracterizando-o como “radical de esquerda”. O terceiro editorial, “É Preciso Olhar Para Frente”, publicado em 29 de novembro de 2020, às 3 horas e 30 minutos na madrugada do domingo da eleição para o segundo turno, o Estado de São Paulo lança sua cartada final em busca de arrecadar mais votos para Bruno Covas, ou manter os já existentes. Com receio de uma possível vitória da esquerda, o jornal inicia seu texto citando o apoio que Lula concedeu ao candidato do PSOL. Ao explicar como se deu a campanha eleitoral no segundo turno, o Estadão faz questão de novamente apontar a existência de dois extremismos políticos, onde um já foi derrotado no primeiro turno, o bolsonarismo, e outro que ainda pode ser detido caso a alternativa apaziguadora vença. Revela toda sua oposição e receio ao projeto de Boulos, amarrando seu discurso ao de Lula e lembrando que o PSOL foi um partido que teve raízes no PT. Ao concluir o editorial, o jornal usa um discurso de superação para apontar Bruno Covas como a solução para toda radicalização

que se tornou a política brasileira e quanto a eleição de Jair Bolsonaro, que se dizia uma “nova opção” foi desastrosa em 2018. Já o último e quarto editorial, “Os Múltiplos Desafios do Prefeito”, publicado em 29 de novembro, vem após a confirmação da vitória de Covas no segundo turno. Nele, o Estadão apresenta alguns dos “desafios” que o prefeito reeleito terá ao prosseguir com o cargo. É possível notar a mudança de postura do veículo, já que nos anteriores era evidente a busca por votos em Covas. Neste, após a vitória de Bruno, é notório o quanto o veículo se torna imparcial, apenas apresentando propostas de mudanças que devem ser feitas. Ao finalizar, o Estadão deseja prosperidade ao futuro do prefeito. Ao analisarmos o conteúdo dos editoriais, frases utilizadas e como houve o processo de enquadramento, concluímos que o Estado de São Paulo utilizou todo o seu poder de influência para apoiar Bruno Covas. Incentivou, recomendou e amedrontou o eleitor paulista, colocando Guilherme Boulos em segundo plano, como se não estivesse à altura do outro candidato. O veículo, de forma geral, criticou as alianças construídas pelo PSOL no segundo turno, especialmente aquela relacionada com Lula e explorou o sentimento antipetista. O Estadão fez o uso da teoria do agendamento, em cada um dos quatro editoriais, de maneira que influenciou seu público leitor/assinante a lembrar pautas e fatos antigos. No primeiro, utilizou o estado de saúde de Covas como pano de fundo para ressaltar a força e seriedade do candidato. O segundo, trouxe à tona a pauta sobre o extremismo e o antipetismo. O terceiro, agendou o debate sobre as “diferenças” entre os candidatos: o lado radical (Boulos) e o lado apaziguador (Covas). O último, agendou de modo a citar apenas os desafios. Assim sendo, o movimento feito pelo veículo é de constante envolvimento político, assumindo explicitamente de que lado está e agendando pautas a serem discutidas especialmente em contexto eleitoral.

**PALAVRAS-CHAVE:** agendamento; editoriais; jornal; teoria; política.



## REFERÊNCIAS

GUILHERME, Cássio. A imprensa como partido político-ideológico: o caso do jornal O Estado de S. Paulo. *Dimensões*, Vitória, v. 40, p. 199-223, jan./jun. 2018. Disponível em <https://periodicos.ufes.br/index.php/dimensoes/article/view/17905/>. Acesso em: 05 dez. 2020.

BARROS FILHO, Clovis de. Definição de valor, publicidade e a hipótese do agenda setting: uma análise dos recursos discursivos empregados no agendamento da publicidade. *Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação*, v. 1, p. 169, 2001. Disponível em: [www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0893-1.pdf](http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0893-1.pdf) Acesso em 05 dez. 2020

TRAQUINA, Nelson. Teorias do jornalismo - porque as coisas são como são, Editora Insular, v. 1, p.19, 2000. Disponível em: <https://alexandraaguirreucb.files.wordpress.com/2018/04/traquina.pdf> Acesso em 05 de dez. 2020.

O ESTADO DE SÃO PAULO. “Os Padrões do Comportamento Civilizado”. Disponível em: <https://opinio.estadao.com.br/noticias/notas-e-informacoes.os-padroes-do-comportamento-civilizado,70003494545>. Acesso em: 05 dez. 2020.

O ESTADO DE SÃO PAULO. “Não É Hora Para Aventuras”. Disponível em: <https://opinio.estadao.com.br/noticias/notas-e-informacoes.nao-e-hora-para-aventuras,70003523359>. Acesso em: 05 dez. 2020.

O ESTADO DE SÃO PAULO. “É Preciso Olhar Para a Frente”. Disponível em: <https://opinio.estadao.com.br/noticias/notas-e-informacoes.e-preciso-olhar-para-a-frente,70003532386>. Acesso em: 05 dez. 2020.

O ESTADO DE SÃO PAULO. “Os Múltiplos Desafios do Prefeito”. Disponível em: <https://opinio.estadao.com.br/noticias/notas-e-informacoes.os-multiplos-desafios-do-prefeito,70003533390>. Acesso em: 05 dez. 2020.

MEDIA LAB ESTADÃO. “Quem somos?”. Disponível em: <https://patrocinados.estadao.com.br/medialab/about-me/> . Acesso em: 05 de dez. 2020.

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE SÃO PAULO . Bruno Covas (Ex-Parlamentar). Disponível em: <https://www.al.sp.gov.br/deputado/?matricula=300481> . Acesso em: 05 de dez. 2020.

WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre. Bruno Covas. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Bruno\\_Covas](https://pt.wikipedia.org/wiki/Bruno_Covas) . Acesso em: 05 de dez. 2020.