

Universidade Federal do Rio Grande do Sul  
Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação  
Curso de Jornalismo

STÉFFANY CUACOSKI DA SILVA

**JORNALISMO E ELEIÇÕES 2018:**

Uma análise comparativa da cobertura dos jornais Folha de São Paulo e The New York Times sobre o candidato Jair Bolsonaro e a construção da sua imagem pública

Porto Alegre

2020

STÉFFANY CUACOSKI DA SILVA

**JORNALISMO E ELEIÇÕES 2018:**

Uma análise comparativa da cobertura dos jornais Folha de São Paulo e The New York Times sobre o candidato Jair Bolsonaro e a construção da sua imagem pública

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para a obtenção do título de bacharela em Jornalismo.

Orientadora: Prof. Dr. Basílio Sartor

Porto Alegre

2020

#### CIP - Catalogação na Publicação

Silva, Steffany Cuacoski da  
JORNALISMO E ELEIÇÕES 2018: Uma análise  
comparativa da cobertura dos jornais Folha de São  
Paulo e The New York Times sobre o candidato Jair  
Bolsonaro e a construção da sua imagem pública /  
Steffany Cuacoski da Silva. -- 2020.  
103 f.  
Orientador: Basílio Sartor.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação) --  
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade  
de Biblioteconomia e Comunicação, Curso de Jornalismo,  
Porto Alegre, BR-RS, 2020.

1. A Imagem pública de Jair Bolsonaro nas mídias  
nacional e internacional.. 2. Cobertura dos jornais  
Folha de São Paulo e The New York Times sobre o  
candidato Jair Bolsonaro, durante as eleições  
presidenciais de 2018.. I. Sartor, Basílio, orient.  
II. Título.

STÉFFANY CUACOSKI DA SILVA

**JORNALISMO E ELEIÇÕES 2018:**

Uma análise comparativa da cobertura dos jornais Folha de São Paulo e The New York Times sobre o candidato Jair Bolsonaro e a construção da sua imagem pública

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial à obtenção do título de bacharela em Jornalismo.

Orientadora: Prof. Dr. Basílio Sartor

Aprovado em:

BANCA EXAMINADORA

---

Profº. Drº. Basílio Sartor – UFRGS  
Orientador

---

Profª. Drª. Virgínia Pradelina da Silveira Fonseca – UFRGS  
Examinadora

---

Profº. Drº. Felipe Moura de Oliveira – UFRGS  
Examinador

## AGRADECIMENTOS

No auge do ensino médio, das primeiras festas e encontros noturnos com os amigos, tracei o objetivo de um dia estudar na UFRGS. Um sonho que me acompanhou durante anos e me fez abdicar de incontáveis noites de sono, algumas memórias e finais de semana longe dos livros e cadernos. Esta pesquisa marca a realização de um sonho que pertenceu a jovem e idealizadora Stéffany de 15 anos, que hoje, aos 23, descobriu uma infinidade de outros motivos pra sonhar.

Devo meu primeiro e mais sincero agradecimento ao universo, a Deus, ou seja lá como você, meu caro amigo ou leitor queira chamar, o grande responsável por esta loucura que carinhosamente apelidamos de “vida”. Não fosse ela, eu não teria tido a grandiosa oportunidade de conhecer pessoas como às que agradeço aqui. Aos meus pais amados, Nelci e Adriano, meus primeiros grandes amigos, confidentes, parceiros, que sempre me receberam de braços abertos toda vez que o mundo parecia duro demais para ser enfrentado sozinha. Quando a tristeza batia à minha porta, quando já não sabia pra onde ir, e todas as vezes que precisei de colo, foi em vocês que pensei e à vocês que recorri. Quero um dia poder retribuir tudo o que já fizeram e fazem por mim diariamente. Aos meu avós, Vanda e Niro, de quem guardo as mais doces e gratas lembranças da infância. À minha família, só tenho a agradecer. Obrigada por me permitirem crescer e por crescerem ao meu lado.

Agradeço aos meus amigos, a pequena família que fui (re)conhecendo ao longo dos anos. À Juliane, por me inspirar diariamente com a luz que irradia e preenche meu coração toda vez que nos vemos. À Sabrina, por me ensinar que o tempo não supera o verdadeiro afeto e que sempre seremos as mesmas, não importa onde estejamos ou quanto tempo leve até o próximo abraço. À Thaís, que me inspira e me ensina tanto com sua força e coragem, que talvez nem ela saiba que possui. Aos meus meninos, Rene e Wagner, os amigos que me fizeram sentir especial e única ao longo desses cinco anos, e que sempre levarei comigo, junto das lembranças dos dias mais felizes da faculdade. Wawa, teu jeito único de ver a vida combina um pouco com o meu. Rene, tua amizade me faz lembrar o que há de mais bonito em mim mesma e o quanto sou digna de amor, e pessoas que despertam sentimentos tão nobres merecem o pedestal de nossos corações.

Agradeço também ao meu tradutor particular, Augusto, por compartilhar alguns dos mais lindos sonhos e lembranças, além de me ensinar tanto sobre coragem, paciência e principalmente, que estar junto não é sobre distância, nem nunca será. Parafraseando da Vinci, “Para estar junto não é preciso estar perto, e sim do lado de dentro”. À Camila, por todas as garrafas de vinho barato compartilhadas entre uma aula e outra, por sempre estar disposta a me ouvir e me aconselhar, e ainda por ser uma das mulheres mais inteligentes que já tive a sorte de conhecer. Gratidão por segurar a minha mão quando preciso, por saber exatamente o que dizer e como acalantar meu coração. Você é luz! Agradeço, em especial, à minha alma gêmea, quem me ensinou verdadeiramente o que é o amor e do que ele é capaz, cuidando, zelando e aguentando cada um dos meus surtos nos últimos 15 anos. Minha irmã, amiga, parceira, meu anjo protetor, Luna Eduarda, a tua existência é o maior de todos os combustíveis da minha vida. Obrigada por tanto!

Filha da educação pública que sou, não poderia deixar de agradecer as escolas que me acolheram por tantos anos e à Universidade Federal do Rio Grande do Sul, lugares que me ensinaram a ler, escrever e a descobrir a mim mesma. Agradeço a todos os professores que me conduziram até aqui, em especial ao professor Basílio pela orientação desse trabalho.

A conclusão deste ciclo só foi possível por conta de todas essas pessoas, que me permitiram construir, crescer, ensinar e aprender com cada uma delas. Vocês foram paz onde houve caos, amor onde houve solidão, a mais sincera felicidade onde houve tristeza, gratidão onde houve saudade, paz de espírito em meio ao desespero, e mais do que isso, riso em meio às lágrimas. Gratidão.

## RESUMO

Esta pesquisa tem por objetivo analisar e comparar as coberturas dos jornais Folha de São Paulo e The New York Times sobre o candidato Jair Bolsonaro, durante as eleições presidenciais de 2018. Para tanto, foram analisadas seis reportagens, três de cada um dos veículos, a fim de identificar aspectos da imagem pública de Bolsonaro construída na cobertura jornalística das mídias nacional e internacional. Como metodologia de análise das reportagens selecionadas, foram utilizadas a Análise de Conteúdo (BARDIN, 2011) e o Estudo Comparativo (SCHNEIDER; SCHMITT, 1998), permitindo observar pontos convergentes e divergentes entre as publicações. As categorias de Perfil antidemocrático; Fascista; Caráter agressivo; Líder populista e Antipetista compõem diferentes aspectos da imagem de Bolsonaro, identificados no *corpus* a partir da análise proposta. Conclui-se que apesar do favoritismo eleitoral do parlamentar no pleito de 2018 ter se mostrado evidente em ambos os jornais, o noticiário negativo prevaleceu durante a eleição. Além disso, as mídias nacional e internacional mostraram consenso na representação do político.

**Palavras-chave:** jornalismo; eleições 2018; Jair Bolsonaro; Folha de S. Paulo; The New York Times.

## ABSTRACT

Esta pesquisa tem por objetivo analisar e comparar as coberturas dos jornais Folha de São Paulo e The New York Times sobre o candidato Jair Bolsonaro, durante as eleições presidenciais de 2018. Para tanto, foram analisadas seis reportagens, três de cada um dos veículos, a fim de identificar aspectos da imagem pública de Bolsonaro construída na cobertura jornalística das mídias nacional e internacional. Como metodologia de análise das reportagens selecionadas, foram utilizadas a Análise de Conteúdo (BARDIN, 2011) e o Estudo Comparativo (SCHNEIDER; SCHMITT, 1998), permitindo observar pontos convergentes e divergentes entre as publicações. As categorias de Perfil antidemocrático; Fascista; Caráter agressivo; Líder populista e Antipetista compõem diferentes aspectos da imagem de Bolsonaro, identificados no *corpus* a partir da análise proposta. Conclui-se que apesar do favoritismo eleitoral do parlamentar no pleito de 2018 ter se mostrado evidente em ambos os jornais, o noticiário negativo prevaleceu durante a eleição. Além disso, as mídias nacional e internacional mostraram consenso na representação do político.

**Palavras-chave:** jornalismo; eleições 2018; Jair Bolsonaro; Folha de S. Paulo; The New York Times.



## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	<b>9</b>
<b>2 JORNALISMO: VALOR NOTÍCIA, FAKE NEWS E JORNALISMO INTERNACIONAL</b> .....	<b>13</b>
2.1 Jornalismo: valor-notícia e o princípio da noticiabilidade .....	13
2.1.1 Os jornalistas e a função do <i>gatekeeping</i> .....	17
2.2 Jornalismo: fake news, política e opinião pública.....	19
2.3 Jornalismo Internacional.....	22
<b>3 A CANDIDATURA DE JAIR BOLSONARO NAS ELEIÇÕES DE 2018 E A COBERTURA JORNALÍSTICA NACIONAL E INTERNACIONAL</b> .....	<b>27</b>
3.1 Dos quartéis ao Palácio da Alvorada: Bolsonaro e a ascensão da extrema direita brasileira.....	27
3.2 A Folha de São Paulo.....	34
3.3 O The New York Times .....	40
<b>4 DO PERFIL ANTIDEMOCRÁTICO À FASCISTA: ASPECTOS DA IMAGEM DE BOLSONARO NA COBERTURA DOS JORNAIS FOLHA DE SÃO PAULO E THE NEW YORK TIMES</b> .....	<b>43</b>
4.1 Quanto ao método.....	43
4.2 Seleção do corpus.....	44
4.3 Análise de Conteúdo .....	48
4.4 Método comparativo .....	52
4.5 Análise das matérias na imprensa nacional e internacional .....	53
4.6 Análise geral das matérias no jornal Folha de São Paulo .....	63
4.7 Análise geral das matérias no jornal The New York Times .....	64
4.8 Análise comparativa entre os veículos .....	65
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>72</b>
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>76</b>
<b>ANEXO A – “BOLSONARO LEVA FACADA DURANTE ATO DE CAMPANHA EM JUIZ DE FORA</b> .....	<b>76</b>
<b>ANEXO B – “EMPRESÁRIOS BANCAM CAMPANHA CONTRA O PT PELO WHATSAPP”</b> .....	<b>82</b>

<b>ANEXO C – “BOLSONARO CONFIRMA FAVORITISMO E É O 42º PRESIDENTE”</b>	
.....	<b>88</b>
<b>ANEXO D – “JAIR BOLSONARO, PRESIDENTIAL CANDIDATE IN BRAZIL, IS STABBED”</b>	
.....	<b>95</b>
<b>ANEXO E – “DESINFORMATION SPREADS ON WHATSAPP AHEAD OF BRAZILIAN ELECTION”</b>	
.....	<b>97</b>
<b>ANEXO F – “JAIR BOLSONARO WINS BRAZIL’S PRESIDENCY, IN A SHIFT TO THE FAR RIGHT.....</b>	<b>100</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Não há qualquer novidade em flagrar um político em atrito com a imprensa - em especial a nacional -, desde que o jornalismo assumiu o papel do quarto poder e o dever de fiscalizar os regimes democráticos. Não seria de se estranhar, portanto, as críticas feitas por Bolsonaro aos jornais, e dos veículos de comunicação tradicionais ao político, não fossem o conteúdo e a forma como são construídos. A troca de farpas entre o militar e a mídia marcaram sua campanha presidencial e, sem exageros, sua trajetória política como um todo. Com o aumento da popularidade de Bolsonaro, tornou-se comum e demasiado popular, o argumento de grupos ideológicos de extrema direita e apoiadores do “mito”, alegando que a imprensa brasileira tentava derrubar e difamar o candidato, num suposto complô aliado à esquerda. Surge dessa inquietação pessoal e coletiva o objetivo geral do projeto: analisar e comparar reportagens de dois veículos de comunicação, referências nacional e internacional - respectivamente, Folha de São Paulo (Folha) e The New York Times (Times) -, a fim de compreender qual foi a imagem pública de Jair Messias Bolsonaro construída na mídia, durante a campanha presidencial brasileira de 2018. Os objetivos específicos são: 1) Refletir sobre a relação entre jornalismo, informação e opinião pública; 2) Analisar a cobertura dos jornais Folha e Times sobre a candidatura de Jair Bolsonaro a partir de seus principais acontecimentos; 3) Comparar as matérias selecionadas, identificando semelhanças e diferenças quanto à imagem de Bolsonaro.

A pergunta norteadora desta pesquisa é: qual é a imagem de Bolsonaro na mídia nacional e internacional, construída pela cobertura jornalística de sua candidatura durante a campanha presidencial brasileira? Desse modo, buscamos os pontos convergentes e divergentes na cobertura dos jornais. Para atingir os objetivos propostos, foram selecionadas reportagens relativas a três acontecimentos de grande relevância, que marcaram o período eleitoral (entre os dias 06 de setembro à 29 de outubro de 2018) e a campanha do então candidato:

1) 6 de setembro de 2018: Bolsonaro leva facada durante ato de campanha em Juiz de Fora;

2) 28 de setembro de 2018: Grupos de *WhatsApp* a favor de Bolsonaro, que disseminavam *fake news* durante a campanha, são revelados pelo jornal Folha de São Paulo;

3) 28 de outubro de 2018: Com 55,13% dos votos, Bolsonaro é eleito o novo presidente da República.

Embora um único veículo de comunicação não possa apresentar fidedignamente o que pensa ou produz toda a mídia nacional ou estrangeira, os jornais escolhidos como objetos desta pesquisa, representam um recorte, e foram eleitos para retratar os dois nichos geográficos aqui propostos. A Folha de São Paulo é o jornal Brasileiro de maior circulação no país e um veículo de referência nacional. O The New York Times, por sua vez, conta com a marca de 127 prêmios Pulitzer, mais do que qualquer outra organização de notícias, além de ser referência internacional. A escolha por abordar o viés político vem da necessidade de estudar a importância do jornalismo na construção da sociedade, da opinião pública e da democratização da informação.

A justificativa para a realização deste trabalho passa por três pontos constituintes fundamentais: sua relevância pessoal, sua relevância político-social e sua relevância científica, enquanto projeto de pesquisa. Primeiramente, justifica-se pelas relações pessoais que possuo com o objeto. Como cidadã brasileira e futura comunicadora, acompanhei ativamente todo o processo eleitoral através das lentes da imprensa, suas polêmicas e especulações, e os ataques rotineiros de Jair Bolsonaro a jornalistas e veículos de comunicação. Somado a isso, está a relevância dos veículos escolhidos, os jornais Folha e Times, importantes ferramentas de informação que representam uma parcela significativa da população que consome produtos jornalísticos diariamente. Esta monografia, respeitando os limites de seu objeto, se propõe a refletir acerca da visão e expressão da mídia nacional na relação com a mídia internacional e de que maneira as mesmas podem contribuir para a construção da opinião pública.

A estrutura deste trabalho divide-se em introdução, três capítulos de desenvolvimento e considerações finais. Após este capítulo introdutório, o capítulo II aborda conceitos básicos e tão caros ao jornalismo - em especial à pesquisa

desenvolvida -, como valor-notícia (que nos ajuda a compreender a seleção de critérios para o que é ou não noticioso); opinião pública e *fake news* (uma vez que o termo ganhou notoriedade e se tornou popular no Brasil durante a campanha presidencial) e jornalismo internacional (a fim de abordar os métodos de trabalho e critérios de seleção utilizados nas coberturas internacionais, considerando-se que, para o The New York Times, as reportagens sobre as eleições presidenciais no Brasil configuram uma cobertura internacional). O capítulo III busca contar a história dos três principais agentes aqui estudados e o contexto em que estão inseridos. A começar pelo histórico político e as características de Jair Bolsonaro, numa tentativa de breve reconstrução da trajetória que o levou à presidência da República, episódios que marcaram sua campanha e a relação tumultuosa com a imprensa. Também é dedicado ao aprofundamento da contextualização acerca dos Jornais Folha de São Paulo e The New York Times. O Capítulo IV é destinado a explicar as metodologias empregadas no estudo (análise de conteúdo e análise comparativa), a seleção do *corpus* e o resultado da análise e comparação das reportagens selecionadas. Já no capítulo V apresento as considerações finais do trabalho.

Os objetos empíricos da pesquisa são as reportagens que retratam os três principais episódios da campanha de Bolsonaro à presidência em 2018, conforme já mencionamos, publicadas nos jornais Folha e Times. O *corpus* consolidado é composto por seis matérias, três de cada um dos veículos, onde puderam ser observados mais do que a repercussão dos episódios noticiados, uma visão geral de como o militar é percebido pela imprensa. Assim, a análise se foca na mensagem enunciada, tendo o produto jornalístico como enfoque, ainda que caibam reflexões sobre seus efeitos.

Cabe ressaltar que este trabalho nasce em meio a um período de surpresas, incertezas e turbulências inimagináveis no cenário brasileiro, em especial, às áreas de pesquisa e educação pública. Embora os primeiros preparativos para o desenvolvimento e produção desta monografia tenham ocorrido em 2019, faz-se indispensável citar aqui, as limitações ocasionadas pelo contexto da pandemia da Covid-19 e as medidas preventivas de isolamento social. Algumas leituras teóricas indispensáveis ficaram inalcançáveis durante o período em que as bibliotecas se mantiveram fechadas, além dos prazos para conclusão e entrega da monografia terem

sido reduzidos, na definição do novo calendário acadêmico, em relação aos prazos regulares.

É imprescindível, ainda, alertar ao leitor desta pesquisa que a autora não é imparcial. Ela tem um lado muito claro, em defesa da democracia, dos direitos humanos, da diversidade e da liberdade de expressão. Ofereço previamente essa sinceridade para que aqueles que lerem possam compreender a construção e desenvolvimento do texto e os posicionamentos expostos nas próximas páginas, para que assim venham a construir sua própria visão sobre o tema.

## 2 JORNALISMO: VALOR NOTÍCIA, FAKE NEWS E JORNALISMO INTERNACIONAL

Para compreender a cobertura da candidatura de Jair Bolsonaro nos jornais Folha de São Paulo e The New York Times, abordaremos alguns conceitos básicos tão caros ao jornalismo - em especial à pesquisa desenvolvida -, como 1) valor-notícia, que nos auxilia a pensar acerca dos critérios de noticiabilidade utilizados na cobertura de acontecimentos de interesse público, como é o caso de processos eleitorais e personalidades públicas; 2) *fake news*, uma vez que o termo ganhou notoriedade, assumindo grande importância nos processos eleitorais nos últimos anos e 3) jornalismo internacional, a fim de abordar os métodos de trabalho e critérios de seleção utilizados nas coberturas internacionais. Afinal, a pesquisa busca comparar as matérias publicadas por um veículo de referência nacional e um estrangeiro, com o objetivo de identificar semelhanças e diferenças na construção da imagem de Jair Bolsonaro na imprensa.

### 2.1 Jornalismo: valor-notícia e o princípio da noticiabilidade

Considerada pioneira entre os estudos de noticiabilidade, a primeira tese acadêmica ocidental sobre o tema foi defendida pelo pesquisador alemão Tobias Peucer, no ano de 1690, na Universidade de Leipzig, na Alemanha (PEUCER, 2004). Apesar de alguns séculos depois, o estudo continua apresentando grandiosa relevância por trazer elementos fundamentais que constituem os princípios da seleção de notícias. Para o autor (2004), como os fatos são “infinitos”, é necessário fazer uma seleção daqueles que merecem ser conhecidos e destacados. Seriam eles:

[...] os prodígios, as monstruosidades, as obras ou os feitos maravilhosos e insólitos da natureza ou da arte, as inundações ou as tempestades horrendas, os terremotos [...] as diferentes formas dos impérios, as mudanças, os movimentos, os afazeres da guerra e da paz [...], os decretos, os escritos mais notáveis dos sábios e doutos, as disputas literárias, as obras novas dos homens eruditos, as instituições, as desgraças, as mortes e centenas de coisas mais que façam referência à história natural, à história da sociedade, da Igreja ou da literatura [...] (PEUCER, Tobias, 2004, p.21)

O desenvolvimento e evolução dos conceitos básicos defendidos por Peucer (2004) sofreu mutações ao longo do tempo, como mostram outros estudos, como aqueles realizados por Wolf, pesquisador, sociólogo e professor italiano amplamente

difundido no Brasil. Wolf (1987) aborda um viés voltado aos emissores e aos processos produtivos nos mass media. Para o autor (1987), valor-notícia representa um dos critérios da noticiabilidade que responde à seguinte questão: “quais os acontecimentos que são considerados suficientemente interessantes, significativos e relevantes para serem transformados em notícias?” (WOLF, 1987, p. 173).

Se por um lado a leitura da tese proposta por Perceú (2004) leva-nos às origens das teorias do jornalismo, as contribuições feitas por Wolf (1987) encarregam-se de trazer proximidade à contemporaneidade do fazer jornalístico. Considerando os autores Traquina (2013) e Silva (2014) grandes responsáveis por apresentar as mais atuais e significativas contribuições sobre o conceito de “valor-notícia” - ainda que outros estudiosos contemporâneos também trabalhem com valores de seleção dos fatos noticiados - optamos por concentrar a maior parte deste capítulo em suas teses e pesquisas, costurando suas teorias àquelas já apresentadas por Wolf.

A notícia (em seu sentido amplo) pode ser compreendida como uma construção social, ou seja, produto final de negociações entre diversos agentes. Durante o processo de seleção das notícias, ora os jornalistas agem de acordo com suas próprias identidades construídas e influências culturais a que tiveram contato, definindo assim o que é ou não notícia, ora agem de acordo com interesses particulares e arbitrários, seja da empresa para qual trabalham e/ou dos interesses externos ao campo (política, economia, religião, etc). O princípio da noticiabilidade, fundamental para concebermos as teorias do jornalismo e da construção da notícia, pode ser descrito como um conjunto de pré-requisitos correspondentes aos acontecimentos que asseguram as características básicas para que um fato seja considerado noticioso.

Segundo Silva (2014), os valores-notícia são um dos mais fundamentais critérios [de noticiabilidade] utilizados no processo de seleção das notícias e um método eficaz de “peneira” na rotina de produção e fazer jornalístico.

Traquina (2013), por sua vez, destaca que as notícias apresentam um padrão, ou seja, os critérios de noticiabilidade - que nada mais são do que um conjunto de valores-notícia - “determinam se um acontecimento, ou um assunto, é susceptível de se tornar notícia, isto é, de ser julgado como merecedor de ser transformado em



matéria noticiável e, por isso, possuindo valor-notícia” (TRAQUINA, 2013, p. 61). Dessa forma, os critérios de seleção da notícia não são baseados em escolhas pessoais e pontuais, - embora critérios e enquadramentos individuais também possam ser relevantes - mas sim, fazem parte de uma série de requisitos necessários que devem ser identificados pelos jornalistas. Ou seja, os valores-notícia fazem parte de uma construção silenciosa estabelecida que prevê quais eventos devem ser considerados noticiosos ou não, como serão abordados e o que deve ser considerado de interesse público. São construídos a partir de modelos práticos que orientam o produtor da notícia e os processos nas redações. Contudo, é fundamental recordar que os valores-notícia são construídos a partir de referências culturais e sociais e que os critérios de noticiabilidade de cada jornalista podem ser definidos a partir de seus valores adquiridos através do tempo nas redações, da compreensão do perfil de seu leitor e ainda do veículo a que pertence. Esses ainda podem envolver “condições favorecedoras ou limitantes da empresa de mídia, qualidade do material, relação com as fontes e com o público, fatores éticos e circunstâncias históricas, políticas, econômicas e sociais” (SILVA, 2014, p. 52). Desse modo, o que é notícia no norte do país, não necessariamente é notícia no sul. O que é notícia no Brasil, nem sempre será notícia em países estrangeiros.

Ainda de acordo com Traquina (2013) um conceito imprescindível para compreendermos a seleção de notícias é o chamado “desvio”. Ele acontece quando os fatos se desviam das normas tradicionais, dos acontecimentos diários e comuns e daquilo que normalmente se espera, tornando-se um desvio do padrão e ganhando maior propensão de se tornar notícia. Cabe aqui o tradicional exemplo: “quando um cachorro morde um homem, isso não é notícia. Quando um homem morde um cachorro, isso sim é notícia”.

Wolf (1987) lembra que os valores-notícia estão presentes ao longo de todo o processo de construção da notícia, desde a seleção dos fatos até sua elaboração final. A partir dessa compreensão, Traquina (2013) propõe organizá-los em duas categorias: os valores-notícia de seleção e os valores-notícia de construção. Os valores-notícia de seleção fazem alusão aos critérios que os jornalistas devem adotar ao decidirem se um evento será transformado em notícia ou deixado de lado. Eles ainda podem ser divididos em contextuais (critérios ligados ao contexto da produção da notícia) ou substantivos (critérios construídos com base na avaliação direta do

acontecimento em termos da sua importância ou interesse público). Os de construção, por sua vez, funcionam como “linhas-guia” (TRAQUINA, 2013), estimulando aquilo que deve ser destacado ou ocultado, em que sequências ou como devem aparecer no texto jornalístico, para que assim, alcance maior notoriedade do público.

Baseando-se em Wolf, Traquina (2002) propõe uma nova categorização de valores-notícia a partir de teorias e classificações de diferentes autores: 1) Morte: compreende infinitos fatos que envolvem morte, seja ela de uma ou muitas pessoas; 2) Escândalo: acontecimentos envolvendo confusões, conflitos e controvérsias. Em alguns veículos pode ser considerado um critério mais importante que em outros; 3) Inesperado: fatos que surgem inesperadamente e surpreendem a expectativa, como um acontecimento com enorme noticiabilidade, provocando um alarde na redação e ganhando os noticiários; 4) Infração: envolve acidentes, crimes e toda forma de violência; 5) Conflito: compreende notícias relacionadas a disputas, guerras, disputas, greves, brigas e reivindicações; 6) Notabilidade: relaciona-se com o conjunto e a representatividade. Quanto maior o número de pessoas envolvidas ou afetadas, mais chances o fato apresenta de ser noticiado; 7) Notoriedade: refere-se a popularidade do envolvido. Aqui compreendem-se pessoas da elite, políticos e/ou celebridade; 8) Novidade: acontecimentos inéditos ou fatos novos referentes a algo que já é notícia; 9) Proximidade geográfica ou cultural: quanto maior a proximidade de um acontecimento com o seu público, seja ela física ou culturalmente, mais fácil deve ser noticiado; 10) Relevância: aponta o compromisso jornalístico de informar sobre os fatos que representam impacto na vida da população, como eleições, decisões governamentais e mudanças na legislação; 11) Notabilidade: fatos considerados curiosos e que fogem do convencional, também conhecido no jornalismo como “desvio”; 12) Tempo: este fator atua de duas formas. Primeiro, trata-se da importância da atualidade e momentaneidade de um fato. Por fim, o gancho, no sentido em que uma data pode servir de pretexto para originar uma notícia, quando a cobertura jornalística relembra e/ ou repercute uma data especial ou fato de grande impacto.

Para Silva (2014), os valores-notícia podem ser divididos nos seguintes critérios: 1) Conhecimento: invenções, pesquisas, descoberta de um novo medicamento e tratamento de doenças; 2) Entretenimento/curiosidade: eventos relacionados à aventura, esportes e comemorações em geral; 3) Governo: temas de interesse nacional, decisões e medidas governamentais, eleições, viagens e

pronunciamentos de representantes do governo; 4) Tragédia: acidentes, violência, crimes, catástrofes, morte, suspense, emoção e assuntos de interesse humano; 5) Justiça: acontecimentos relacionados a investigações, julgamentos, denúncias e crimes. Este critério pode ter mais força considerando a notoriedade dos envolvidos.

Os jornalistas são os responsáveis por selecionar, enquadrar e transformar acontecimentos em mensagens noticiosas (mais conhecidas como notícias) que chegam às pessoas diariamente. São os mediadores que peneiram o grande fluxo de mensagens e tratam informações sobre milhares de eventos diários, transformando-os em informações de interesse público. É a partir desse processo de seleção do grande fluxo informacional, característico do construtor da notícia, que a Teoria do *Gatekeeping* explica o processo de definição das reportagens.

### **2.1.1 Os jornalistas e a função do *gatekeeping***

A teoria do *gatekeeping* surgiu em 1947, criada pelo pesquisador Kurt Lewin. Em 1950 ganhou espaço nas pesquisas em comunicação, com David Manning White. Para tornar o conceito replicável ao jornalismo, White partiu de duas premissas: “que a difusão de notícias se faz através de canais ou cadeias e que nessas cadeias existem alguns pontos, portas ou diques por onde as notícias podem passar ou ficar retidas” (White, 1973 apud Weber, 2010; p. 6). A criação do termo “*gatekeeper*” representou aos pesquisadores da comunicação um modelo para avaliar de que modo ocorre a seleção e a razão da escolha de alguns itens e rejeição de outros na construção da notícia. Mais do que os processos e critérios de seleção, a teoria busca compreender outros processos fundamentais, como o tamanho, espaço e forma como o conteúdo é modelado, estruturado e posicionado. A teoria é reconhecida como uma das responsáveis pelo primeiro grande passo para o entendimento do processo seletivo na comunicação. Os *gatekeepers* (repórteres, editores, editores-chefes e diretores de jornalismo), são compreendidos como “porteiros” da redação e determinam, através da filtragem da notícia, o que vai ser veiculado de acordo com os critérios editoriais, valores-notícia, exercitando suas próprias preferências e de acordo com uma série de políticas internas preestabelecidas. O processo tem início quando um produtor de notícias transforma as informações coletadas e selecionadas sobre um evento em uma mensagem informativa.

É inegável que a popularização do acesso à internet representou mudanças significativas ao fazer jornalístico como um todo. O acesso à informação, a forma e o conteúdo noticioso, a estrutura das redações, a relação entre jornalistas, público, fontes e a veracidade do que circula na web como notícia, são apenas algumas das modificações mais facilmente observadas. Isso tudo vem provocando transformações no meio de produção das notícias. A facilidade da publicação de conteúdos nas redes sociais e plataformas individuais de compartilhamento de conteúdo, transforma qualquer usuário em potencial comentarista. Em uma nova perspectiva, onde todos que conectados à internet podem buscar suas próprias informações, fontes e assuntos de interesse, o papel do jornalista chegou a ser questionado. Contudo, vale ressaltar que apesar do grande fluxo de informações disponíveis e a facilidade com que elas cruzam fronteiras, os leitores não dispõem de tempo, experiência, qualificação ou formação necessária para apurar o que é verídico e/ou relevante.

As grandes mudanças históricas na prática jornalística estão atreladas à evolução das tecnologias de comunicação. O surgimento da internet não inviabiliza ou descarta a função do jornalista, bem como a indiscutível importância de seu papel na sociedade. As funções do produtor de notícias passaram a se transformar para se adaptar às novas exigências. Mais do que nunca, a atuação do profissional para evitar a disseminação de *fake news*, a descontextualização de notícias e a supervalorização de mensagens sem interesse público que chegam às pessoas diariamente, mostra-se fundamental. Os jornalistas estão aprendendo a operar com as novas características da era digital, a exigência do público, a momentaneidade da informação e a agilidade das mensagens, sem deixar a apuração dos fatos de lado.

Em paralelo ao avanço da internet e das tecnologias de comunicação como um todo, as *fake news* assumiram um papel de suma importância nos processos eleitorais recentes, na formação da opinião pública e principalmente nas eleições presidenciais brasileiras de 2018. Amplamente difundidas, elas marcaram a campanha de Jair Bolsonaro, tornando-se assunto cada vez frequente no noticiário político, conforme se verá a seguir.

## 2.2 Jornalismo: fake news, política e opinião pública

Palavra do ano em 2017<sup>1</sup>, as *fake news* ou notícias falsas utilizam propositalmente de narrativas iguais ou semelhantes às aquelas que se fazem presentes em textos jornalísticos tradicionais. Assim, trata-se de uma informação não verdadeira, divulgada para suprir interesses e objetivos particulares, que não pode ser idealmente considerada uma informação incompleta ou não apurada (RECUERO; GRUZD, 2019). O conceito mais amplo de *fake news* hoje é atribuído à desinformação e disseminação de conteúdos construídos e espalhados rapidamente, que circulam principalmente no vasto universo das redes sociais. Na essência de muitas *fake news* estão interesses econômicos e políticos potencializados pela internet. Uma informação falsa difundida como notícia, geralmente tem por intuito beneficiar grupos e/ou indivíduos em detrimento de outros.

“O componente noticioso [...] é chave, pois traria para a informação falsa o caráter de credibilidade do jornalismo tradicional, além da aparência de relato de eventos, elemento da notícia jornalística (KOVACH; ROSENTIEL, 2007, apud RECUERO; GRUZD, 2019). As *fake news* mostram-se eficazes ao tomarem emprestado os elementos básicos da notícia através da imitação de seus padrões de linguagem, ganhando a legitimidade necessária para a falsa narrativa que difundem.

Parece-nos, assim, que esses três elementos seriam essenciais para a definição de uma *fake news*: (1) o componente de uso da narrativa jornalística e dos componentes noticiosos; (2) o componente da falsidade total ou parcial da narrativa e; (3) a intencionalidade de enganar ou criar falsas percepções através da propagação dessas informações na mídia social (RECUERO; GRUZD, 2019).

Nesta pesquisa nosso interesse recai sobre as *fake news* políticas, ou seja, notícias com informações falsas criadas para propagar dúvidas e conflitos, a fim de influenciar a opinião pública e processos eleitorais. Em 2016, o termo ganhou notoriedade, passando a estampar os noticiários do mundo todo com a campanha presidencial norte-americana de Donald Trump. Nos anos seguintes, apesar das promessas de plataformas online de relacionamento como *Twitter* e *Facebook*, de lutarem contra a prática, elas se mostraram ainda mais populares entre figuras

---

<sup>1</sup> O site do Collins dicionário pode ser encontrado em <https://www.collinsdictionary.com/>. Acesso em 10. jan. 2020

públicas e embates políticos<sup>2</sup>. Afinal, foi no universo simultâneo da internet e das tecnologias de comunicação onde as notícias falsas encontraram os atributos perfeitos para proliferar desinformação.

No Brasil, podemos destacar a eleição de 2018, em que Jair Bolsonaro foi eleito presidente da República, mesmo depois de uma das campanhas mais tumultuadas da história, marcada pelo uso desenfreado de *fake news*. As redes sociais mostraram-se fortes aliadas do crescimento exponencial dessa nova prática. Entre as facilidades da *web* está a possibilidade da difusão das (des)informações de modo mais ágil, fiel e mais facilmente escalável, por qualquer "autor", anônimo ou não.

É a internet que cria as *fake news*: pela facilidade de publicação (qualquer pessoa, em qualquer parte do mundo, pode publicar), pela desregulação (quem controla?), pela abundância de informações (milhões de informações disponíveis, de todo o tipo), pela facilidade de confundir verdadeiro e falso (manipular uma foto ou um vídeo nunca foi tão fácil) e pela facilidade de obter retorno financeiro com publicidade (MENESES, 2018, p. 48).

Outro fator importante que a internet trouxe ao fazer jornalístico e que deve ser levado em consideração é o fator tempo. Ainda conforme Meneses (2018), o imediatismo das tecnologias e a facilidade com que uma informação se torna “velha” ou ultrapassada, reduziu o tempo de análise, reflexão, o processo de checagem e até mesmo o distanciamento em relação a um acontecimento potencialmente noticioso, ao menos como tendência na produção noticiosa diária dos grandes meios, embora também seja possível identificar iniciativas que vão na direção oposta, como é o caso de produções que valorizam o jornalismo investigativo ou explicativo.

Assim como a assinatura do construtor da notícia e do veículo de comunicação a qual ele pertence representa um selo de credibilidade para as informações disponíveis na *web*, o fator reconhecimento e familiaridade também exprime conforto e segurança, diante do emaranhado de notícias que recebemos e das quais temos acesso diariamente. De acordo com Recuero & Gruzd (2019), a grande maioria dos receptores reage com adesão e de forma semelhante ao modo de quem compartilha a mensagem dentro de um mesmo grupo ou “tribo”. Podemos relacionar os processos

---

<sup>2</sup> “Nos EUA, uso de fake news nas eleições 2018 já superou Trump em 2016”. Site da Revista Exame. Disponível em: <https://exame.com/mundo/nos-eua-uso-de-fake-news-nas-eleicoes-2018-ja-superou-trump-em-2016/>

de difusão de informações falsas em redes sociais e aplicativos de mensagem à características de homofilia [bio semelhança devido a uma mesma origem ou a um ancestral comum], o que busca explicar a facilidade e agilidade com que essas informações se difundem. Homofilia é uma característica das redes sociais conectada ao fato de que as pessoas tendem a ter contato com pessoas similares, em termos de gostos, afinidades, background etc, (MCPHERSON, SMITH-LOVIN & COOK, apud RECUERO; GRUZD, 2019). Esse processo explica a tendência de algumas mensagens ganharem espaço mais rapidamente em determinado grupo, especialmente em grupos políticos. O mesmo aconteceu em grupos de *WhatsApp* de extrema direita no período de eleições presidenciais brasileiras, em 2018, que difundiam *fake news* a favor do candidato Jair Bolsonaro.<sup>3</sup>

A checagem e verificação de fatos, tarefa básica do jornalismo, ganhou notoriedade e assumiu um papel ainda mais imprescindível após a popularização das *fake news*. Nesse contexto, surgiu a figura do *fact checking*, uma medida para conter a disseminação de notícias falsas, através da denúncia e esclarecimento de mensagens difundidas, principalmente em redes sociais. O surgimento de plataformas que se dispõem a desenvolver esse trabalho representa uma tentativa de erradicação de algumas *fake news* amplamente divulgadas, através da confirmação de fatos e dados utilizados em discursos de meios de comunicação, publicações, falas de políticos e figuras públicas. Seu objetivo é solucionar declarações duvidosas, detectar erros e combater mentiras, reafirmando assim a carência da função de verificação dos fatos.

O processo de verificação de fatos exige das redações, meios e condições de trabalho que permitam maior vigilância, tempo de análise para cruzar dados e distanciamento do fato (SEIBT, 2019). Os editores, repórteres e jornalistas ainda precisam repensar o poder de ampliação dos meios de comunicação social. A facilidade de compartilhamento de dados e informações não verificadas apresentada por esses meios têm contribuído com as práticas de desinformação e alienação, representando uma barreira ainda maior na compreensão do que é ou não notícia. As notícias falsas não representam novidade, mas há razões para que estejam se

---

<sup>3</sup> “Empresários bancam campanha contra o PT pelo *WhatsApp*”. Site do jornal Folha de S. Paulo. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/empresarios-bancam-campanha-contra-o-pt-pelo-whatsapp.shtml> Acesso em: 03 Fev 2020

tornando tão populares, seja porque “as barreiras de entrada na indústria de mídia caíram bruscamente, já que agora é fácil criar sites, seja porque é fácil gerar receita com conteúdo na web por meio de plataformas de publicidade” (ALLCOTT; GENTZKOW, 2017, p. 214, apud SEIBT, 2019, p. 100).

Ainda que o fazer jornalístico e seu produto final não sejam exemplos perfeitos da verdade ou da realidade, deve-se manter a missão de informar, de trazer luz à escuridão e de contar histórias que alguém não quer que sejam contadas. A prática de checagem de fatos e dados, da escolha de fontes e a busca incessante pela narrativa fidedigna continuarão a representar orientações básicas para todo e qualquer jornalista.

A presença e frequência escalável de *fake news* na *web*, em especial envolvendo processos eleitorais, vêm se mostrando incontroláveis desde a última década. De acordo com SEIBT (2019), durante a campanha eleitoral de 2014, ocorreram as primeiras iniciativas de *fact-checking* no Brasil, a fim de checar as “declarações dos candidatos ao governo do Estado em entrevistas, debates e na propaganda eleitoral” (SEIBT, 2019, p. 130). Apesar do fenômeno das *fake news* eleitorais ter se tornado uma prática infelizmente “comum”, a pauta segue ganhando os noticiários. Afinal, também é papel da imprensa alertar sobre os fenômenos da desinformação e da alienação política, enquanto instrumento fundamental de fiscalização da democracia. Na eleição presidencial brasileira de 2018, a campanha de Bolsonaro, marcada por incontáveis *fake news*, virou notícia no Brasil e no mundo. Após a divulgação de uma matéria publicada pela Folha de São Paulo (que compõe o *corpus* desta pesquisa), onde revelava o sistema de grupos de *WhatsApp* responsáveis por disseminar notícias falsas a favor do candidato, o jornal americano The New York Times publicou uma matéria falando sobre o fenômeno. O jornalismo internacional, destarte, demonstra-se fundamental na construção da opinião pública e da democratização da informação.

### **2.3 Jornalismo Internacional**

O jornalismo internacional é uma das especializações mais exigentes da prática jornalística. Sua principal atividade, motivo de sua existência, “está em cobrir eventos noticiosos em diferentes lugares do globo, para uma população local que não tem



acesso físico ou conhecimento geopolítico e cultural, com os fatos ocorridos em um país estrangeiro” (VIANA; LIMA, 2012, p.1). A maior parte das informações e conhecimentos gerais, dúvidas e curiosidades que a população possui sobre assuntos e eventos internacionais está ligado ao jornalismo. Principalmente porque muitos desses assuntos e preocupações não estão disponíveis à experiência direta e pessoal de cada um.

No âmbito jornalístico, o jornalismo internacional é uma das especializações da profissão. “Tudo que é doméstico ou natural em um país, é internacional em todos os demais” (NATALI, 2011). Esse fato faz com que o internacional seja uma das áreas jornalísticas que mais abrangem temas. O jornalista internacional precisa ter o domínio de assuntos como política, economia, cultura, e se manter informado sobre qualquer coisa que aconteça fora de seu país de origem (ASSIS; GOMES, 2018; p. 1).

Natali (2004) defende que o jornalismo, enquanto atividade profissional, já nasceu internacional. Afinal, carrega consigo características que o validam assim desde seus primórdios, quando os primeiros veículos de imprensa, criados na Europa do século XVII, surgiram para informar seus leitores (em grande parte, comerciantes e banqueiros) sobre acontecimentos no exterior. Por isso, o jornalismo internacional pode ser considerado um fenômeno econômico, que acompanhou processos históricos como a ascensão da burguesia europeia. “Sua história está ligada ao desenvolvimento da escrita, à imprensa, à indústria editorial, às tecnologias de comunicação e ao transporte” (VIANA; LIMA; 2012, p. 11).

Assim, e é uma das conclusões provisórias a que podemos chegar, o jornalismo impresso — e o jornalismo internacional, que nos primórdios do jornalismo era o único tipo de jornalismo conhecido — não nasceu com o capitalismo. O mercantilismo já precisava dele e foi por isso que o criou. Ocorreu, na época mercantil, o florescimento rápido dessas folhas de notícias impressas que eram vendidas a quem quisesse comprar (...) (NATALI, 2004; p. 13)

O papel da mídia na formação da opinião pública internacional tem se tornado ainda mais importante nas últimas décadas. Todavia, a prática jornalística internacional em sua essência vem enfrentando desafios, como a crise econômica e as inovações tecnológicas dos últimos anos. Segundo Natali (2004), a diminuição de salários e a saída de profissionais deu lugar a redações reduzidas, ao aumento a exigência pela qualificação dos jornalistas das editorias internacionais e com o passar dos anos, as notícias passaram a ser pautadas principalmente pelas Agências de

Notícias, uma vez que a maior parte dos veículos de informação já não mantém uma equipe de correspondentes pelo mundo.

Os grandes veículos de comunicação recorrem a correspondentes internacionais para veicular uma matéria com exclusividade. Quando não é possível o furo noticioso, eles buscam as agências de notícias que têm um papel indiscutível no jornalismo atual (...). Manter um correspondente internacional não é barato. Para que os veículos pudessem reduzir os custos, era preciso criar algo que organizasse a transmissão das informações e que possibilitasse o ganho maior de notícias. Com esse objetivo surgiram as agências de notícias, que recolhem e enviam notícias em escala global (ASSIS; GOMES, 2018; p. 3-4).

As agências de notícias são empresas jornalísticas que têm por objetivo vender suas notícias através da difusão de informações diretamente das fontes para os veículos tradicionais de comunicação de um país. O grande diferencial de uma agência (se comparada a um veículo de notícias tradicional como jornal, rádio, tv ou site), é que ela não costuma vender as informações diretamente para o público receptor. No entanto, o uso massivo de notícias de agências acaba padronizando o texto. Além disso, “é difícil que uma matéria não demonstre um posicionamento, ponto de vista ou ênfase no que é de maior interesse para a sua perspectiva ideológica ou da região de origem” (ASSIS; GOMES, 2018; p. 2). Essas características tornam-se incentivo para grandes veículos manterem correspondentes em outros países, uma vez que ter um olhar distinto sobre um mesmo fato, é um diferencial para um jornal e algo que as agências não podem oferecer.

Além do correspondente internacional, os veículos ainda podem recorrer a enviados especiais em casos excepcionais. Existe uma grande diferença entre os dois. Enquanto o correspondente tem residência fixa em um país estrangeiro e o dever de enviar periodicamente matérias sobre aquele país ou continente, o enviado especial, por sua vez, é solicitado para cobrir acontecimentos em um país, com a missão de fazer a cobertura de um assunto previamente combinado (ASSIS; GOMES, 2018; p. 3). Geralmente eventos como atentados, guerras, questões políticas, pandemias e afins geram um grande número de enviados de todas as partes do mundo.

A editoria de assuntos internacionais é uma das que mais costuma dar trabalho para selecionar e filtrar o que será ou não notícia. As agências de notícias enviam diariamente um imenso fluxo de materiais e informações para os veículos de

comunicação. No entanto, sabemos que nem tudo o que é produzido tem espaço na pauta. Por isso, essa editoria possui rigorosos critérios de seleção. De acordo com Natali (2007), algumas matérias possuem prioridade. Entre elas, as guerras se mostram importantes, mas isso varia de acordo com a influência internacional que os países envolvidos possuírem. Tragédias, ataques terroristas e grandes epidemias também costumam ser pauta frequente, além de questões políticas relevantes, como eleições em países vizinhos ou influentes. Além desses critérios, alguns valores-notícia base também são levados em consideração por editores e jornalistas.

(...) Wolf divide os valores/notícia utilizados pelos jornalistas em quatro grandes grupos: conteúdo, disponibilidade de material, público e concorrência. O primeiro engloba quatro critérios que definem o quão interessante e importante é um acontecimento. De acordo com Wolf, para se constatar a importância de uma notícia, deve-se observar o grau hierárquico dos envolvidos. O segundo critério analisa qual o impacto que a notícia terá sobre a nação, levando em consideração também a proximidade geográfica e cultural do evento com relação ao local onde será publicada. O terceiro critério diz que a importância se refere ao número de pessoas envolvidas no evento. O quarto e último critério define que a importância de uma notícia será maior se ela contribuir para o desenvolvimento posterior de uma situação (ASSIS; GOMES, 2018; p. 5).

Com a chegada da internet, mais uma vez, a tecnologia demonstrou seu poder de revolucionar o fazer do jornalismo internacional. O jornalista já não é tão dependente das agências e o correspondente internacional parece ter ficado mais dispensável em algumas redações. O produtor da notícia ganhou poder de intervenção pessoal na construção de um texto noticioso, fazendo com que “o redator abandonasse seu papel passivo diante dos telegramas das agências. Deu a ele um poder de intervenção inimaginável na elaboração mais pessoal de um texto noticioso” (NATALI, 2004; p.34).

O jornalismo internacional tem ampliado sua cobertura de fatos diversos e as facilidades, agilidade e amplo acesso apresentados pela internet possibilita que uma mesma notícia seja atualizada inúmeras vezes. Mais do que a agilidade de interação entre pessoas e veículos, o surgimento de novas tecnologias de comunicação inovou o jornalismo internacional através da criação da hipertextualidade.<sup>4</sup> O princípio da hipertextualidade “possibilita que em uma só notícia sejam reunidas várias outras, por

---

<sup>4</sup> “Nielsen (1995) define a hipertextualidade como a possibilidade de usar uma hiperligação para ligar dois nós informativos, normalmente o nó âncora ao nó de destino” (Nielsen cit in Canavilhas, 2014, p. 5).

meio de links” (VIANA; LIMA; 2012, p. 10), sobre temas que exigem maiores contextualizações e explicações sobre fatos anteriores ou sobre o país onde ocorreram.

Na editoria internacional, mais do que em qualquer outra, é válido observar, através da constância com que alguns termos aparecem, como a seleção de pauta tende a insistir e manter em evidência determinados assuntos entre uma infinidade de outros que passam desassistidos. É indiscutível o fato de que o jornalista internacional, muitas vezes, não tem acesso direto a muitos dos fatos que noticia. Ainda assim, uma infinidade de notícias e informações de diversos países considerados política e economicamente menos relevantes são frequentemente descartadas. Basta observarmos as páginas dedicadas a assuntos internacionais para perceber que o mundo a ser explorado e conhecido é um só: o dos países ricos e influentes.

Entre os principais assuntos abordados na editoria internacional, nos tempos atuais, destacam-se os processos eleitorais, polêmicas envolvendo figuras políticas, temas de interesse nacional e internacional, decisões e medidas governamentais e pronunciamentos de representantes do governo. Jair Bolsonaro, candidato à Presidência da República, foi alvo de manchetes em jornais do mundo todo. Sua campanha presidencial e o que representa sua vitória para a jovem democracia brasileira, gerou uma repercussão inédita na imprensa, conforme abordaremos no próximo capítulo.

### **3 A CANDIDATURA DE JAIR BOLSONARO NAS ELEIÇÕES DE 2018 E A COBERTURA JORNALÍSTICA NACIONAL E INTERNACIONAL**

Não há qualquer novidade em flagrar um político em atrito com a imprensa, desde que o jornalismo assumiu o papel do quarto poder e o dever de fiscalizar os regimes democráticos<sup>5</sup>. Não seria de se estranhar, portanto, as críticas feitas por Bolsonaro aos jornais, e dos veículos de comunicação tradicionais ao político. A troca de farpas entre o ex militar e a mídia marcaram sua campanha presidencial em 2018 e, sem exageros, sua trajetória política como um todo. Neste capítulo buscamos abordar os três principais agentes estudados nesta pesquisa e o contexto em que estão inseridos. A começar pelo histórico político do personagem principal desta monografia, o candidato Jair Messias Bolsonaro, numa breve reconstrução da trajetória que o levou à presidência da República, baseado principalmente em fontes jornalísticas (jornais e revistas), dos principais episódios que marcaram sua campanha presidencial e a longa rixa com a imprensa. É fundamental ainda, dedicar-se ao aprofundamento da contextualização acerca do jornal brasileiro de maior referência, a Folha de São Paulo, e do estrangeiro The New York Times, a fim de identificar traços e padrões ideológicos, além de seus posicionamentos acerca do parlamentar.

#### **3.1 Dos quartéis ao Palácio da Alvorada: Bolsonaro e a ascensão da extrema direita brasileira**

Consagrado como o primeiro presidente de extrema direita<sup>6</sup> eleito no Brasil após o fim da ditadura militar de 1964, com 55% dos votos válidos no segundo turno da eleição, Jair Messias Bolsonaro ingressou na carreira pública em 1988 como vereador da cidade do Rio de Janeiro<sup>7</sup>. Antes disso, no ano de 1987, uma reportagem publicada pela revista Veja informou o envolvimento do político num plano denominado “Beco Sem Saída”, que planejava explodir bombas na Vila Militar, da

---

<sup>5</sup> ALBUQUERQUE (2010, p. 2) define o modelo de Quarto Poder, que “concebe uma imprensa como devendo uma espécie de superpoder, de arbitragem dos conflitos que se estabelecem entre os três poderes, e da defesa do interesse público para além deles”.

<sup>6</sup> “Le Pen busca aceitação; Bolsonaro e Trump, não, diz historiador sobre a extrema direita”. Portal de notícias UOL. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/rfi/2020/09/15/extrema-direita-le-pen-busca-aceitacao-bolsonaro-e-trump-nao-diz-historiador.htm>. Acesso em 10 Out 2020

<sup>7</sup> “Bolsonaro confirma favoritismo e é o 42º presidente”. Site do jornal Folha de S. Paulo. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/bolsonaro-confirma-favoritismo-e-e-o-42o-presidente-projeta-datafolha.shtml>. Acesso em 20 Dez 2019

Academia Militar das Agulhas Negras, onde se formou em 1977. Na ocasião, foi identificado como fonte da reportagem, exibindo croquis feitos a mão pelo próprio militar. Após negar as acusações e ser absolvido pelo Superior Tribunal Militar (STM), Bolsonaro foi para reserva em 1988. Aproveitando-se de sua popularidade e reconhecimento inicial como representante de reivindicações militares, iniciou sua carreira política no mesmo ano.

Dois anos depois elegeu-se para a Câmara dos Deputados. Com a defesa de pautas ampliada para segurança pública e afiado discurso contra os ideais e práticas da esquerda brasileira, foi eleito sete vezes deputado federal, permanecendo um pouco menos de três décadas no Congresso Nacional. Em quase 30 anos de vida parlamentar nenhum de seus 162 projetos apresentados ganhou destaque e apenas dois deles foram aprovados<sup>8</sup>. O primeiro visava prorrogar benefícios fiscais aos setores de automação e informática. O segundo, assinado em conjunto com outros deputados, autorizava o uso da fosfoetanolamina sintética para pacientes com câncer. O medicamento chegou a ficar conhecido como “pílula do câncer”, mas nunca teve a eficácia comprovada. Em 2014, foi o deputado mais votado para a Câmara, com 464 mil votos<sup>9</sup>.

Ao longo de sua trajetória política, foi alvo de mais de 30 pedidos de cassação de mandatos, a maior parte deles por quebra de decoro parlamentar. Desses, apenas três chegaram a tramitar no Conselho de Ética, mas foram arquivados em seguida (DIBAI, 2018). Atualmente, está em seu terceiro casamento, com cinco filhos, dos quais três seguiram a vida política. Eduardo é deputado federal por São Paulo, Flávio é deputado estadual do estado do Rio de Janeiro e Carlos Bolsonaro é vereador, na capital do Rio de Janeiro. Seu posicionamento “antipetista”<sup>10</sup>, anticorrupção e em defesa do conservadorismo brasileiro - bandeiras levantadas por ele durante toda a campanha presidencial - o firmaram como defensor de propostas que se enquadram no arco da extrema direita. Sua trajetória política é marcada pela violência de seus

---

<sup>8</sup> “Câmara derruba mais um projeto apresentado por Bolsonaro quando era deputado”. Site da revista Forum. Disponível em: <https://revistaforum.com.br/politica/camara-derruba-mais-um-projeto-apresentado-por-bolsonaro-quando-era-deputado/> Acesso em: 02 Feb 2020

<sup>9</sup> “Bolsonaro (PP) é o deputado federal com maior número de votos no RJ”. Portal de notícias UOL. Disponível em: <https://eleicoes.uol.com.br/2014/noticias/2014/10/05/bolsonaro-rj-e-eleito-deputado-federal-no-rj-com-o-maior-numero-de-votos.htm> Acesso em: 02 Feb 2020

<sup>10</sup> O termo remete a um forte movimento de oposição ao Partido dos Trabalhadores (PT), que governou o país do ano de 2003 a 2016.

discursos e declarações contra os direitos humanos, as políticas de gênero, aos direitos das mulheres e em defesa ao regime militar<sup>11</sup>. As falas extremistas, que geraram críticas ao candidato, também o fizeram cair nas graças do eleitorado conservador. O ex capitão reformado é chamado de “mito” pelo seu eleitorado, em especial aquele que o acompanha de perto pelas redes sociais.

Bolsonaro já se mostrou contrário às ações afirmativas, como a adoção de cotas étnicas e raciais para o ensino superior, e as leis de proteção ao público LGBT (Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais e Transgêneros). Chegou a dizer que Vladimir Herzog<sup>12</sup> se suicidou, reproduzindo uma versão falaciosa dos militares para o assassinato do jornalista nos porões da ditadura. A defesa do regime militar, aliás, se fez presente no histórico de discursos do político. Negou inúmeras vezes a existência do golpe de 1964 e as atrocidades cometidas durante o período, chegando a exaltar publicamente a figura do coronel Carlos Alberto Brilhante Ustra - condenado pela prática de tortura no regime militar - durante votação no processo de impeachment da ex presidente Dilma Rousseff, em 2016. "Pela memória do coronel Carlos Alberto Brilhante Ustra, o pavor de Dilma Rousseff, pelo exército de Caxias, pelas Forças Armadas, pelo Brasil acima de tudo e por Deus acima de todos, o meu voto é sim" – foi o trecho final do discurso de Bolsonaro<sup>13</sup>. Em 1999, declarou ainda que era preciso “matar 30 mil” para solucionar problemas do Brasil que “o voto não soluciona”. A declaração feita durante o programa Câmara Aberta pode ser lida a seguir: “Através do voto você não vai mudar nada nesse país, nada, absolutamente nada! Só vai mudar, infelizmente, se um dia nós partirmos para uma guerra civil aqui dentro, e fazendo o trabalho que o regime militar não fez: matando uns 30 mil, começando com o FHC, não deixar para fora não, matando! Se vai morrer alguns inocentes, tudo bem, tudo quanto é guerra morre inocente”.

Em 2011, como deputado, combateu veementemente o que chamou de “kit gay”, um material didático contra homofobia que seria distribuído pelo governo para

---

<sup>11</sup> “A trajetória política de Jair Bolsonaro”. Site Carta Capital. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/politica/a-trajetoria-politica-de-jair-bolsonaro/>. Acesso em: 03 dez 2019

<sup>12</sup> Jornalista assassinado em 1975 pelo regime militar.

<sup>13</sup> “Discurso de Bolsonaro deixa ativistas ‘estarecidos’ e leva OAB a pedir sua cassação”. Site BBC News. Disponível em: [https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2016/04/160415\\_bolsonaro\\_ongs\\_oab\\_mdb](https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2016/04/160415_bolsonaro_ongs_oab_mdb) Acesso em: 03 Fev 2020

escolas públicas, quando Fernando Haddad (PT)<sup>14</sup> era ministro da Educação. Além disso, Jair chegou a ser condenado no Superior Tribunal de Justiça (STJ) por apologia ao estupro. Em 2014, durante uma discussão com a colega deputada Maria do Rosário (PT), na tribuna da Câmara, declarou que não estupraria a parlamentar porque ela não merecia [ser estuprada] por ser "muito feia". Mesmo após recorrer ao caso, a 18ª Vara Cível de Brasília, determinou que Bolsonaro pagasse uma indenização de R\$ 10 mil por danos morais à parlamentar e veiculasse uma nota de retratação pública<sup>15</sup>. Apesar de tudo, um dos grupos mais atacados e perseguidos por seus discursos e comentários de ódio são os homossexuais. O ex capitão militar afirmou que “porrada” é o melhor método para “curar” um filho gay. Em suas próprias palavras, seria incapaz de amar um filho homossexual. “Não vou dar uma de hipócrita aqui: prefiro que um filho meu morra num acidente do que apareça com um bigodudo por aí” - afirmou, em entrevista à revista Playboy, em 2011<sup>16</sup>.

O discurso antipetista, por outro lado, ganhou ainda mais força e notoriedade nos últimos anos do governo da ex presidenta Dilma Rousseff (PT). Após votar a favor do impeachment de Dilma, Bolsonaro aproveitou o impacto das investigações da Lava Jato - operação realizada pela Polícia Federal que cumpriu milhares de mandados de busca e apreensão, apurando esquemas de lavagem de dinheiro público, desde março de 2014 -, e da sensação de impunidade política, para viajar pelo país e se apresentar como um político que combate a corrupção, a “politicagem” e defende o conservadorismo, reforçando bandeiras religiosas e "em defesa da família" e do porte de armas. Em março de 2018, Bolsonaro filiou-se ao PSL (Partido Social Liberal) com o objetivo de disputar a Presidência da República. Desde sua chegada ao partido, enfrentou resistências internas que, com o tempo, se mostraram maiores e insustentáveis. As desavenças e incompatibilidades foram se tornando cada vez mais frequentes e em 2019, já eleito presidente da República, anunciou seu desligamento

---

<sup>14</sup> Acadêmico, advogado e político brasileiro, filiado ao Partido dos Trabalhadores. Foi ministro da educação (2005-2012), prefeito da cidade de São Paulo (2013-2016) e candidato à Presidência da República em 2018.

<sup>15</sup> “Cumprindo decisão judicial, Bolsonaro pede desculpas a Maria do Rosário em rede social”. Site do jornal O Globo. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/brasil/cumprindo-decisao-judicial-bolsonaro-pede-desculpas-maria-do-rosario-em-rede-social-23737390>. Acesso em: 03 Fev 2020

<sup>16</sup> “Frases de Bolsonaro, o candidato que despreza as minorias”. Site da revista IstoÉ dinheiro. Disponível em: <https://www.istoedinheiro.com.br/frases-de-bolsonaro-o-candidato-que-despreza-as-minorias/>. Acesso em: 03 Out 2020



do partido e o interesse em criar um novo: o Aliança Pelo Brasil, que deveria ser pautado por “princípios cristãos”<sup>17</sup>. Até o ano de 2020, no entanto, Bolsonaro e os organizadores do Aliança pelo Brasil, não conseguiram alcançar a marca mínima de 492 mil assinaturas de eleitores, requisito para ser registrado no Tribunal Superior Eleitoral (TSE)<sup>18</sup>.

Na corrida à Presidência da República, o candidato teve dificuldade para anunciar um nome para a vice presidência - cargo entregue ao general Antônio Hamilton Martins Mourão (PRTB), que trouxe consigo o apoio de alas da elite das Forças Armadas. O vice presidente Hamilton Mourão é general da reserva do Exército desde fevereiro de 2018<sup>19</sup>. Após o anúncio do banqueiro Paulo Guedes como fiador de seu programa econômico, o aumento de popularidade e apoio de setores empresariais e financeiros a sua campanha cresceu significativamente, dando “corpo” a sua candidatura.

O parlamentar buscou se apresentar como um homem de valores e princípios tradicionais, honesto e “destoante” de todos os outros políticos brasileiros num momento de explosão das denúncias de corrupção reveladas pela Lava Jato, que fragilizaram boa parte dos representantes de partidos tradicionais. Bolsonaro sempre argumentou que não era alvo da operação e usou disso em seu benefício durante toda campanha presidencial. Com apenas oito segundos de propaganda eleitoral em rede aberta de televisão, contra os partidos de longa data, planejou uma estratégia voltada para as redes sociais, apresentando uma comunicação direta que potencializou e difundiu o radicalismo e o conservadorismo de extrema direita. O discurso de que acabaria com privilégios na política, - que o fez se destacar no corrida pelo Palácio do Planalto - acabando com ministérios e estatais, não combina

---

<sup>17</sup> “Novo partido de Bolsonaro é registrado em cartório”. Site Agência Brasil. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2019-12/novo-partido-de-bolsonaro-tem-sua-criacao-registrada-em-cartorio> Acesso em: 03 Fev 2020

<sup>18</sup> “Novo partido de Bolsonaro não decola; saiba por quê”. Site do jornal Estado de Minas. Disponível em: [https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2020/07/15/interna\\_politica,1167014/novo-partido-de-bolsonaro-nao-decola-saiba-por-que.shtml](https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2020/07/15/interna_politica,1167014/novo-partido-de-bolsonaro-nao-decola-saiba-por-que.shtml) Acesso em: 10 Ago 2020

<sup>19</sup> “General da reserva Hamilton Mourão é eleito vice-presidente”. Portal de notícias do G1. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/noticia/2018/10/28/general-da-reserva-hamilton-mourao-e-eleito-vice-presidente.ghtml> Acesso em: 03 Fev 2020

exatamente com o seu histórico parlamentar. Em 2010, por exemplo, o capitão votou pelo aumento salarial de 61% dos deputados<sup>20</sup>.

Desde o período pré-eleitoral Jair Bolsonaro liderou as pesquisas de intenções de voto para a Presidência da República. Com uma campanha popular que reuniu grandes grupos de simpatizantes nas ruas, foi o primeiro candidato da história das eleições brasileiras a utilizar as redes sociais como principal ferramenta de divulgação de sua campanha, que foi marcada por polêmicas, mentiras, distorções e *fake news*. Com o sucesso de suas propostas e pregação entre os conservadores e aqueles que desesperançosos com o cenário político atual, virou um fenômeno para a extrema direita e ficou popularmente conhecido entre ela como “mito”, mas não deixou de encontrar resistência, principalmente com o eleitorado feminino, responsável pelo movimento #EleNão<sup>21</sup>. O que começou apenas como uma campanha liderada por mulheres nas redes sociais contra a ascensão do político nas pesquisas, rapidamente ganhou força *offline* e tomou o país em dezenas de manifestações contrárias ao favoritismo do candidato do PSL, em agosto e setembro de 2018.

Alguns eventos marcantes nos parecem fundamentais para a compreensão do período eleitoral que elegeu Jair Messias Bolsonaro à Presidência da República e acerca da imagem construída do político com base nesses acontecimentos noticiados pela mídia hegemônica. Três grandes “marcos” da campanha que acompanharam o candidato da extrema direita são importantes para esta pesquisa:

1) No dia 6 de setembro de 2018, durante um ato de sua campanha política, em Juiz de Fora (MG), o então candidato à presidência da república, Jair Messias Bolsonaro, foi atacado com uma facada no abdômen. Bolsonaro era carregado nos ombros por alguns de seus apoiadores quando um homem se aproximou em meio a multidão que o acompanhava e o feriu na barriga. O político foi socorrido imediatamente e levado ao hospital Santa Casa de Misericórdia da cidade, com lesões nos intestinos delgado e grosso. Após a cirurgia que durou duas horas, o candidato

---

<sup>20</sup> “Veja lista de políticos que apoiam a votação do aumento de salário”. Portal de notícias UOL. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2010/12/15/veja-lista-dos-politicos-que-apoiaram-a-votacao-do-aumento-de-salario.htm> Acesso em 03 Fev 2020

<sup>21</sup> “#EleNão: após tomar as redes, movimento liderado por mulheres testa força nas ruas”. Site do jornal El País. Disponível em: [https://brasil.elpais.com/brasil/2018/09/26/politica/1537989018\\_413729.htm](https://brasil.elpais.com/brasil/2018/09/26/politica/1537989018_413729.htm) Acesso em: 03 Fev 2020

passou a noite na UTI e 22 dias internado em recuperação. O agressor, identificado como Adélio Bispo de Oliveira, foi preso em flagrante e conduzido à Delegacia da Polícia Federal do município. O homem foi considerado inimputável pela Justiça, ou seja, incapaz de ser punido criminalmente, por ter doença mental. Mesmo após liberação médica, Bolsonaro optou por não participar de debates do segundo turno das eleições presidenciais, contra o rival Fernando Haddad (PT)<sup>22</sup>.

2) Em setembro de 2018 o jornal Folha de São Paulo divulgou uma matéria<sup>23</sup> que denunciava a “ajuda” ilegal de empresários, que patrocinavam disparos de mensagens com informações falsas a favor de Bolsonaro e contrárias ao adversário Fernando Haddad, pelo *WhatsApp*. Grandes empresas brasileiras, como a rede de lojas Havan, contrataram pacotes de serviços milionários com milhares de disparos de mensagens e *fake news* contra o PT (Partido dos Trabalhadores). Alguns contratos chegaram a custar 12 milhões de reais, segundo a reportagem<sup>24</sup>. O serviço de “disparo em massa” contratado pelas empresas, utilizava de uma base de usuários já eleitores de Bolsonaro, além de listas de terceiros, compradas em agências de estratégia digital. A prática de doação de campanha feita por empresas é proibida e vai contra a lei eleitoral.

3) Em 28 de outubro de 2018, após uma campanha marcada por uma série de polêmicas e acusações de fraudes, Jair Bolsonaro é eleito, com um total de 57,8 milhões de votos, o 38º presidente do Brasil. O candidato derrotou o petista Fernando Haddad no segundo turno, como já previam as pesquisas, com 55% dos votos válidos. A popularidade do candidato da extrema direita cresceu rapidamente entre os brasileiros e levou ao fim a sequência de vitórias dos governos petistas (2002, 2006, 2010, 2014).

---

<sup>22</sup> “Bolsonaro não vai a debates, mas tem participado de eventos após alta hospitalar”. Site do jornal Folha de S. Paulo. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/bolsonaro-nao-vai-a-debates-mas-tem-participado-de-eventos-apos-alta-hospitalar.shtml> Acesso em: 10 Out 2020

<sup>23</sup> “Empresários bancam campanha contra o PT pelo *WhatsApp*”. Site do jornal Folha de S. paulo. Disponível em: [https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/empresarios-bancam-campanha-contra-o-pt-pelo-whatsapp.shtml?utm\\_source=twitter&utm\\_medium=social&utm\\_campaign=twfolha](https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/empresarios-bancam-campanha-contra-o-pt-pelo-whatsapp.shtml?utm_source=twitter&utm_medium=social&utm_campaign=twfolha) Acesso em: 03 Fev 2020

<sup>24</sup> “Empresários bancam campanha do PT pelo *WhatsApp*”. Site do jornal Folha de São Paulo. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/empresarios-bancam-campanha-contra-o-pt-pelo-whatsapp.shtml> Acesso em: 03 Fev 2020

Por fim, os discursos homofóbicos, xenofóbicos, machistas, racistas e autoritários de Jair Messias Bolsonaro chocaram alguns, tanto quanto parecem ter passado despercebidos para outros. A ascensão de modelos autoritários e de extrema direita de Estado por políticos eleitos democraticamente têm chamado a atenção de pesquisadores e comunicadores de todo o mundo. No Brasil, esse modelo tem crescido sistematicamente e encontrou ressonância principalmente em discursos e performances do então presidente da república. O fenômeno não se limita ao país e talvez seja a novidade mais grave no espectro político no século XXI. O que precisa ser compreendido é: “por que tais vitórias estão ocorrendo pelo espectro mais conservador da política?” (PINTO, 2016).

Três características são importantes para pensar esse cenário. A primeira é que este não é um fenômeno apenas estadunidense [ou brasileiro]. A segunda é que o discurso vencedor *antiestablishment* busca, na memória coletiva, o que há de mais reacionário, menos democrático e igualitário para interpelar a população. O nacionalismo e a xenofobia aproximam os discursos atuais às ideologias fascistas que povoaram a Europa na primeira metade do século 20. (...) A terceira característica é a posição abertamente contra todas as conquistas sociais e os direitos de minorias, duramente conquistados ao longo de décadas (PINTO, 2016).

A imprensa vem desempenhando seu papel na fiscalização de processos eleitorais, bem como deste movimento de inclinação a modelos políticos de extrema direita. A Folha de São Paulo, enquanto veículo brasileiro de maior influência, documentou o processo eleitoral de 2018 e a ascensão da direita no Brasil, representada pela popularidade adquirida do candidato Jair Bolsonaro. Na próxima seção, abordaremos um breve histórico e uma caracterização deste jornal.

### 3.2 A Folha de São Paulo

A Folha de São Paulo (popularmente conhecida como Folha) é atualmente o jornal brasileiro de maior circulação do Brasil, com 332.415 exemplares diários (incluindo assinantes digitais)<sup>25</sup>. Em janeiro de 1960 os três títulos da empresa que já existiam desde 1921 (os respectivos Folha da Noite, Folha da Manhã e Folha da Tarde) se fundem e surge então o jornal Folha de São Paulo, criado em oposição ao

---

<sup>25</sup> “Com crescimento digital, Folha lidera circulação total entre jornais brasileiros”. Site do jornal Folha de S. Paulo. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2019/04/com-crescimento-digital-folha-lidera-circulacao-total-entre-jornais-brasileiros.shtml>. Acesso em: 20. jan. 2020

principal jornal da cidade, O Estado de São Paulo, que representava as elites da época e assumia uma posição mais conservadora.

Em 1962, o veículo foi comprado por Carlos Caldeira Filho e Octavio Frias de Oliveira, que mantiveram o controle do jornal no contexto do Golpe Militar de 1964. O período não apenas ficou marcado pela censura, violência, intimidação e violação dos direitos humanos e civis, como também pelo retrocesso da mídia brasileira, incluindo jornais e veículos difusores de informação como um todo.

O uso generalizado e institucionalizado da tortura numa sociedade cria um “efeito demonstrativo” capaz de intimidar os que têm conhecimento de sua existência e inibir a participação política. [No Brasil] A evidência da repressão de Estado criou uma “cultura do medo” na qual a participação política equiparou-se ao risco real de prisão e conseqüente tortura coibiu a participação em atividades de oposição comunitária, sindical ou política. Esta cultura do medo tinha três importantes componentes psicológicos: o primeiro era o silêncio imposto à sociedade pela rigorosa censura (ALVES, 2005, p.205).

Num primeiro momento, a Folha de São Paulo chegou a apoiar o golpe militar de 1964. Segundo informações disponibilizadas no próprio site do jornal, “classificou o governo militar como sério, responsável, respeitável e com indiscutível apoio popular” (MARCONDES FILHO, 1989). Pouco tempo depois, a sede do jornal sofreu um atentado em retaliação a seu posicionamento. Embora as eleições diretas fossem uma necessidade, conforme já declarava o jornalista e diretor Otávio Frias Filho, o interesse do jornal era também de grandes empresários. Apenas em 1984, a Folha passou a defender oficialmente o retorno da democracia e o movimento: “Diretas Já”. De acordo com o site do Grupo Folha, o veículo se consolidou como o maior jornal brasileiro, de maior tiragem e circulação entre os diários nacionais “durante a campanha pela redemocratização do país, em 1984, quando empunhou a bandeira das eleições diretas para presidente”.

As “Diretas” representaram um dos maiores movimentos populares que ocorreram no Brasil, contando com artistas, intelectuais e perseguidos pela ditadura militar. O movimento mobilizou inúmeros grupos e tribos em comícios onde a população clamava por eleições diretas para presidente, ou seja, por meio do voto popular e restauração da democracia. Em janeiro de 1984, cerca de 300 mil pessoas

ocuparam a Praça da Sé, em São Paulo e três meses depois um milhão de pessoas reuniu-se no Rio de Janeiro, tomando conta de todo o país<sup>26</sup>.

Naquele 1984, o governo estava enfraquecido politicamente, a inflação voltara a disparar – na casa não de dois, mas de três dígitos –, o país havia pedido ajuda para o Fundo Monetário Internacional (FMI), à custa de medidas que sacrificavam ainda mais os assalariados. Movimentos contra o custo de vida (a “carestia”, como se dizia) se espalhavam, as greves ressurgiam, os sindicatos voltavam a se manifestar, os partidos se reorganizavam, a eleição para governador havia sido restabelecida. Nesse contexto se esboçou o movimento das Diretas Já, que começou com um comício pouco noticiado diante do estádio do Pacaembu, em São Paulo, em 27 de novembro de 1983, continuou em Olinda (PE), Curitiba e Porto Alegre, em janeiro, andou pelo interior paulista, por Salvador, por Vitória, até pegar fogo definitivamente na praça da Sé [...] (Rede Brasil Atual, 2014).

No ano de 1976 a Folha de São Paulo criou a seção “Tendências/Debates”, um importante espaço para a manutenção da pluralidade do veículo. A publicação de artigos de diferentes cunhos ideológicos representou um passo fundamental para a redemocratização do país. Seguindo nessa linha, em 1981 surge em sua redação o projeto editorial interno, que fixa três metas claras: 1) informação correta; 2) interpretações competentes e 3) pluralidade de opiniões. Mas, apenas três anos depois (1984), é publicado oficialmente o primeiro Projeto Editorial, que defendia um jornalismo “plural, crítico, apartidário e moderno”. Nos anos seguintes a política editorial sofreu modificações e importantes atualizações, de acordo com as mudanças e inquietudes da sociedade e suas respectivas necessidades<sup>27</sup>. Em 2017, o documento divulgou pela primeira vez uma lista de 12 princípios que sintetizavam os princípios editoriais, políticos e éticos da Folha<sup>28</sup>. Entre eles, a confirmação da veracidade de toda notícia antes de publicá-la; priorizar temas de interesse público; promover os valores da democracia e dos direitos humanos; questionar autoridades públicas; cultivar a pluralidade; manter-se apartidário; autonomia jornalística, e rebater práticas de censura.

<sup>26</sup> “Comício da Sé em 1984 foi a largada da campanha das diretas, que não viriam”. Portal Rede Brasil Atual. Disponível em: <https://www.redebrasilatual.com.br/politica/2014/01/comicio-da-se-em-1984-deu-a-largada-para-a-campanha-das-diretas-que-nao-viriam-2346/>. Acesso em: 20. jan. 2020

<sup>27</sup> Linha editorial do jornal Folha de S. Paulo. Disponível em: [https://www1.folha.uol.com.br/institucional/linha\\_editorial.shtml?fill=2](https://www1.folha.uol.com.br/institucional/linha_editorial.shtml?fill=2) Acesso em: 10 jan. 2020

<sup>28</sup> Linha editorial do jornal Folha de São Paulo. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/paywall/signup.shtml?https://temas.folha.uol.com.br/folha-projeto-editorial/projeto-editorial-folha-de-s-paulo/introducao.shtml> Acesso em: 10 jan. 2020

O processo de informatização da redação ocorreu no anos de 1983, sendo o primeiro jornal informatizado da América do Sul. Um pouco mais de uma década depois (1995), a empresa lançou a FolhaWeb, primeiro site de notícias em tempo real. Com a unificação das redações impressa e online, e, uma significativa reforma gráfica e editorial, a Folha Online foi reestruturada em 2010 e passou a se chamar Folha.com. Atualmente, o site de notícias de jornal mais visitado do país<sup>29</sup>.

Na versão online [da Folha], todas as manchetes, ícones, leads, legendas, fotografias e demais constituintes da primeira página, fazem parte de uma rede hipertextual que pode assumir diversas formas como sons e imagens. Esses hipertextos são virtualmente nomeados de links, e são interligados por proximidade de assunto. Com apenas um clique, o leitor é redirecionado a uma nova página, que apresenta maiores informações sobre o tema em questão. (BERGÁRIA, CINTRA, NASCIMENTO, p.31)

O noticiário atualmente é organizado em cadernos temáticos divididos de acordo com os assuntos tratados pelo jornal<sup>30</sup>. Alguns cadernos são considerados mais relevantes, estes são diários: Poder; Ciência; Mundo; Cotidiano; Esporte; Mercado; Ilustrada; Corrida, e, outros semanais e quinzenais: Turismo; Ilustríssima; Classificados; Equilíbrio; Saúde; FolhaInvest. Neste trabalho a análise das notícias ocorrerá predominantemente a partir do espaço “Poder”. O caderno “Poder” é um dos principais da Folha, espaço das publicações de destaque do jornal, dos assuntos de interesse nacional, das notícias políticas, escândalos, tendências e notícias institucionais. É um caderno em evidência e passa por um rigoroso processo de enquadramento por parte dos editores, que se dedicam aos assuntos de maior interesse do público alvo do veículo.

Embora a Folha de São Paulo tenha surgido ideologicamente em oposição ao Estado de São Paulo e as elites econômicas e culturais da época, por muito tempo o veículo manteve um perfil de leitor pertencente majoritariamente às classes média e alta. Tal característica, no entanto, vem modificando-se gradativamente. Numa rápida análise do perfil de consumo da Folha em 2010, se comparado com a última pesquisa divulgada em 2018, podemos perceber grande diferença no que diz respeito a apuração de números e dados. Na pesquisa realizada em 2010, pelo Datafolha, 70%

<sup>29</sup> “Conheça o Grupo Folha”. Site do jornal Folha de S. Paulo. Disponível em: [https://www1.folha.uol.com.br/institucional/folha\\_com.shtml?fill=8](https://www1.folha.uol.com.br/institucional/folha_com.shtml?fill=8) Acesso em: 12 dez. 2019

<sup>30</sup> “Conheça o Grupo Folha”. Site do jornal Folha de S. Paulo. Disponível em: [https://www1.folha.uol.com.br/institucional/cadernos\\_diarios.shtml?fill=3](https://www1.folha.uol.com.br/institucional/cadernos_diarios.shtml?fill=3) Acesso em: 12 dez. 2019

dos leitores pertenciam às classes A e B, 28% a classe C e os restantes 2% às classes C e D<sup>31</sup>. Já no ano de 2018, de acordo com a última pesquisa realizada pelo Ibope, 55% dos leitores pertencem às classes A e B, 40% a classe C e os restantes 5% são pertencentes às classes D e E<sup>32</sup>. É evidente que a base da pirâmide econômica/social passou a consumir mais produtos como notícias, informações, política e economia na última década.

. Podemos elencar, no entanto, fatores que dificultam o acesso ao jornal para um público economicamente menos “favorecido”: 1) O valor do periódico - A Folha de São Paulo pode ser consumida através do impresso, com preço fixo de R\$3,20 e aos domingos R\$5,80 cada edição, ou ainda, disponibilizada online por meio da assinatura digital, que dá acesso ilimitado a todo o conteúdo produzido em diferentes formatos, com o preço fixo de 29,90 ao mês; 2) Relevância do conteúdo - O jornal representa um dos mais importantes, conceituados e respeitados veículos de comunicação e informação brasileira, apresentando temas e discussões necessárias. No entanto, a extensa quantidade de conteúdos políticos e econômicos (focos centrais do grupo), além da linguagem política convencional, pouco contemplativa ou didática, nem sempre enquadra-se no perfil de consumo do cidadão que está na base da pirâmide social e econômica e que possui uma série de outras preocupações e prioridades diárias.

No ano de 2018 a Folha lançou a quinta edição do Manual de Redação, versão revisada e ampliada das edições anteriores (1984, 1987, 1992 e 2001), com a inclusão do tema “enfrentamento das *fake news*”, até então inédito em manuais de redações brasileiras<sup>33</sup>. O assunto tornou-se um dos mais comentados, principalmente durante a campanha eleitoral presidencial brasileira, depois de uma série de escândalos, circulação de notícias não verdadeiras e dissimulação de fatos e dados. O termo

---

<sup>31</sup> Pesquisas feitas pelo Datafolha podem ser encontradas em: <http://datafolha.folha.uol.com.br/>. Acesso em: 20 dez. 2019

<sup>32</sup> Dados sobre o perfil do leitor do jornal Folha de S. Paulo podem ser encontrados em: [http://www.publicidade.folha.com.br/foilha/perfil\\_do\\_leitor.shtml](http://www.publicidade.folha.com.br/foilha/perfil_do_leitor.shtml). Acesso em: 20 dez. 2019

<sup>33</sup> “Conheça o Grupo Folha”. Site do jornal Folha de S. Paulo. Disponível em: [https://www1.folha.uol.com.br/institucional/historia\\_da\\_folha.shtml?fill=4](https://www1.folha.uol.com.br/institucional/historia_da_folha.shtml?fill=4). Acesso em 20. dez. 2019



chegou a ganhar posição de destaque no ano anterior (2017), quando foi eleita a palavra do ano pelo dicionário da editora britânica Collins<sup>34</sup>.

No dia 7 de outubro de 2018, logo após a confirmação da vitória presidencial de Jair Bolsonaro, a Folha de São Paulo divulgou o posicionamento oficial do veículo em seu editorial<sup>35</sup>. No texto, o jornal destaca a vitória democrática do político que “ganhou nas urnas o direito de usar a faixa presidencial”. Sem esconder a antipatia pelo novo presidente eleito, a publicação recorda a vida pública de Bolsonaro, que durante 27 anos como deputado “deu inúmeros sinais de que ignora rudimentos da convivência democrática, como o respeito à instituição de estado, a proteção das minorias e a transigência com diferentes pontos de vista”. Parte da publicação assinada pela Folha pode ser lida a seguir:

(...) [Bolsonaro] demonstrou desconhecer o papel da imprensa livre nas sociedades modernas. Inconformado com uma reportagem, entrou com ação contra três profissionais deste jornal. Por meio de advogados, sugere que a Folha o transformou em alvo e agiu com o propósito de prejudicar sua candidatura. Na melhor das hipóteses, confunde jornalismo independente e crítico com atuação partidária. Na pior, pretende intimidar não só esta empresa, obcecada pelo pluralismo e pelo apartidarismo, mas todos os veículos que se recusem a lhe prestar continência. [...] Esta Folha ficará onde sempre esteve, confiante na Constituição de 1988, na força da democracia brasileira e na construção de um país melhor para todos. Já Bolsonaro precisará assimilar as lições que nunca aprendeu e mostrar-se à altura do mandato recebido. Que faça um bom governo.

As polêmicas envolvendo a candidatura de Bolsonaro rapidamente alcançaram os noticiários internacionais, e as comparações com a imprensa nacional foram inevitáveis. O jornal norte-americano The New York Times produziu grandes coberturas sobre o processo eleitoral brasileiro, em especial aos avanços e crescente popularidade do ex-deputado. A seguir, abordaremos aspectos ligados a este jornal, que também é objeto desta pesquisa.

---

<sup>34</sup> O site do Collins dicionário pode ser encontrado em <https://www.collinsdictionary.com/>. Acesso em 10. jan. 2020

<sup>35</sup> “Constituição acima de todos”. Site do jornal Folha de S. Paulo. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/opiniao/2018/10/constituicao-acima-de-todos.shtml>. Acesso em 10. jan. 2020

### 3.3 O The New York Times

Fundado em 18 de setembro de 1851 por George Jones e Henry Jarvis Raymond, o The New York Times (popularmente conhecido como Times ou simplesmente NYT) pertence há mais de um século, à família Ochs Sulzberger<sup>36</sup>. Em 1896, Adolph Ochs comprou o jornal assumindo o compromisso de "dar as notícias com imparcialidade, sem medo ou favor, independentemente de qualquer partido, seita ou interesse envolvido", mote utilizado até hoje por seu bisneto e atual publisher do jornal, Arthur Ochs Sulzberger. Alguns trechos da declaração feita por Ochs, publicada nas páginas do jornal em 19 de agosto de 1896 e citada por Gonçalves (2018, p.5-6), pode ser lida abaixo:

Se eu quiser sinceramente conduzir um jornal de alta qualidade, limpo, digno e confiável, é necessário honestidade, vigilância, seriedade, diligência e conhecimento prático, aplicado ao senso comum. Eu tenho a esperança de que eu possa ter sucesso, mantendo a alta apreciação que as pessoas profundas e de mente autêntica têm sempre tido com o The New York Times. É de meu interesse principal que o The New York Times publique as notícias, todas as notícias, de forma concisa, atrativa, com linguagem adequada para a boa sociedade e publicá-la tão cedo quanto possível. Além disso, publicar as notícias com imparcialidade, sem medo ou favoritismo, independentemente de partido, facção ou interesses envolvidos; fazer a colunas do jornal um fórum para as considerações de quaisquer questões de importância pública; e para isso convidar o debate de todos os tipos de opinião. (OCHS, 1896)

Desde sua fundação, o Times já acumulou 127 prêmios Pulitzer, superando qualquer outro veículo tradicional de notícias norte americano<sup>37</sup>. Atualmente é reconhecido como um dos maiores e mais influentes jornais do mundo, com cerca de cinco milhões de assinantes<sup>38</sup>. Sustenta o objetivo de informar com qualidade, amplitude e profundidade (VIANA, 2011) em uma vasta área de temas: notícias locais, nacionais, internacionais, negócios, cultura, ciência, opinião, artes, estilo, esportes e educação. Já esteve presente em importantes e históricas coberturas que vão desde a Guerra Civil Americana ao golpe militar no Brasil, em 1964.

<sup>36</sup> Informações sobre a história do The New York Times podem ser encontradas em: <https://www.nytc.com/company/history/> Acesso em 20 de jan. de 2020

<sup>37</sup> Informações sobre a história do The New York Times podem ser encontradas em: <https://www.nytc.com/company/prizes-awards/>. Acesso em 20. jan. 2020

<sup>38</sup> "New York Times: até 4,7 milhões de assinantes com queda nos lucros". Site do jornal The New York Times. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2019/08/07/business/media/new-york-times-earnings.html>. Acesso em 20. jan. 2020

Originalmente publicado todas as manhãs, exceto aos domingos, de acordo com o próprio site do jornal, o NYT passou a publicar edições dominicais durante a Guerra Civil, momento fundamental de destaque e reconhecimento à sua qualidade jornalística. Em 3 de junho de 1918, ganhou seu primeiro prêmio Pulitzer, pelo serviço público prestado, com textos de dezenas de relatórios oficiais, documentos e discursos documentados sobre a Primeira Guerra Mundial. Atualmente, é o veículo mais influente dos Estados Unidos e grande responsável por “moldar” a opinião pública.

O New York Times era uma mistura atemporal de passado e presente, um moderno reino medieval no interior da nação, com suas próprias leis e valores particulares e com líderes que se sentiam responsáveis pelo bem-estar do país, porém menos inclinados a mentir do que os estadistas e generais (TALESE, 2000, p.6).

Apesar do destaque e dos notáveis prêmios às coberturas políticas, o NYT ainda pode ser lembrado por seus posicionamentos controversos e polêmicos. No golpe militar de 1964 no Brasil, quando o então presidente brasileiro João Goulart foi destituído por militares - o que levou o país a uma ditadura de 21 anos -, o comitê editorial do veículo anunciou que não lamentava o fim de um líder que havia se provado “incompetente e irresponsável”<sup>39</sup>. O jornal se recusou a usar o termo “golpe”, com a justificativa de que Goulart havia sido deposto em “uma revolução pacífica”. Em 2019, o editorial do NYT recusou-se novamente a usar a palavra “golpe” para descrever a derrubada do ex presidente da Bolívia, Evo Morales, em um novo golpe de estado militar. Morales foi asilado no México e generais do exército, que aparecerem em rede aberta de televisão demandando sua saída, nomearam Jeanine Añez, conservadora, cristã e senadora de direita, como sucessora ao palácio presidencial. O veículo apoiou o evento em seu comitê editorial, quando defendeu que Morales na verdade havia “renunciado” ao poder, levando Añez a ocupar o cargo<sup>40</sup>. Além disso, expressou alívio pelo país estar agora sob o comando de “líderes mais responsáveis” e declarou que toda a situação foi culpa de Evo.

Em janeiro de 1996 o Times lançou seu primeiro site de notícias, que desde então, tornou-se referência internacional para conteúdo online e não apenas uma

<sup>39</sup> “Final para Goulart”. Site do jornal The New York Times. Disponível em: <https://www.nytimes.com/1964/04/03/archives/finis-for-goulart.html>. Acesso em 20. jan. 2020

<sup>40</sup> “Evo Morales se foi. Os problemas da Bolívia, não”. Site do jornal The New York Times. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2019/11/11/opinion/evo-morales-bolivia.html>. Acesso em 20. jan.2020

simples e fiel reprodução de textos impressos. O portal passou por uma grande reformulação em 2006, no intuito de melhorar a navegação e a aparência da página. A versão online do jornal ganhou ainda uma versão internacional em 2009 e uma em chinês em 2012, que fez do The New York Times um dos mais populares veículos de comunicação no mundo. Com adaptações para celulares, *tablets* e aplicativos para leitura, o veículo está presente em diversas mídias sociais como *Instagram*, *Twitter* e *Facebook*. Atualmente, o site possui 3,4 milhões de usuários pagantes e está entre os sites de notícias mais visitados da Internet<sup>41</sup>. Desde 2011 o veículo vem adotando práticas estratégicas para superar a crise da imprensa e do impresso. Através do serviço restrito de consumo de suas matérias, o Times passou a estabelecer um limite máximo mensal de conteúdo gratuito a não assinantes<sup>42</sup>.

Poucos dias antes do resultado final das eleições brasileiras, em outubro de 2018, o New York Times usou seu editorial para lamentar a ascensão da direita no Brasil e principalmente do então candidato à Presidência da República, Jair Bolsonaro<sup>43</sup>. Na publicação, o avanço da popularidade de Bolsonaro e a possibilidade de sua vitória representava um momento “triste para a democracia”, segundo o próprio texto, referindo-se ao político e a nova “onda” política como “populistas ofensivos, cruéis e teimosos”. O diário destacou as “visões repulsivas” do militar brasileiro, lembrando de episódios em que o mesmo declarou apoio a generais e torturadores que comandaram o país no período referente a ditadura militar.

---

<sup>41</sup> “Com foco no digital, The New York Times supera 5 milhões de assinantes”. Site da revista Exame. Disponível em: <https://exame.com/negocios/com-foco-no-digital-the-new-york-times-supera-5-milhoes-de-assinantes/> Acessado em 20. jan. 2020

<sup>42</sup> “New York Times cobrará de não assinantes pelo uso ilimitado de matérias”. Site do jornal The New York Times. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2010/01/21/business/media/21times.html>. Acessado em 20. jan. 2020

<sup>43</sup> “A triste escolha do Brasil”. Site do Jornal The New York Times. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2018/10/21/opinion/brazil-election-jair-bolsonaro.html>. Acessado em 20. jan. 2020

## 4 DO PERFIL ANTIDEMOCRÁTICO À FASCISTA: ASPECTOS DA IMAGEM DE BOLSONARO NA COBERTURA DOS JORNAIS FOLHA DE SÃO PAULO E THE NEW YORK TIMES

Neste capítulo, iremos apresentar a metodologia proposta para solucionar as questões levantadas por esta pesquisa, a seleção e tratamento do *corpus*, a análise das matérias e os resultados obtidos. Considerando as contribuições de Prodanov & Freitas (2013) a respeito dos métodos qualitativos e quantitativos, a abordagem metodológica qualitativa mostrou-se mais adequada à proposta do projeto. Segundo os autores, as pesquisas de viés qualitativo tendem a considerar a existência de relações dinâmicas entre o mundo e os sujeitos. Neste caso, não interessam os números estatísticos do fenômeno, mas sua interpretação a partir da atribuição de sentidos. No tocante aos procedimentos, surge a mobilização para a pesquisa documental, neste caso, para materiais que ainda não receberam tratamento analítico.

### 4.1 Quanto ao método

Para alcançar os objetivos deste trabalho, a presente monografia faz uso das metodologias de análise de conteúdo e comparativa. As matérias selecionadas para compor o *corpus* foram escolhidas a partir de três eventos ocorridos durante o período de eleição para presidente do Brasil (2018) e que marcaram a trajetória do candidato Jair Messias Bolsonaro, alcançando os noticiários internacionais, entre os dias 06 de setembro à 29 de outubro de 2018. Estes eventos foram descritos no capítulo anterior. Portanto, o material jornalístico selecionado refere-se à cobertura dos seguintes acontecimentos:

- 1) 6 de setembro de 2018: Bolsonaro leva facada durante ato de campanha em Juiz de Fora;
- 2) 8 de setembro de 2018: Grupos de *WhatsApp* a favor de Bolsonaro que disseminavam *fake news* durante a campanha são revelados pelo jornal Folha de São Paulo;
- 3) 28 de outubro de 2018: Com 55,13% dos votos, Bolsonaro é eleito o novo presidente da República.

Por fim, após a coleta e seleção do *corpus* inicia-se a análise do material. Quanto à metodologia de análise de conteúdo, consideramos as contribuições de Laurence Bardin (2010) e Heloiza Golbspan Herscovitz (2007) para o desenvolvimento do processo analítico das matérias. No tocante ao desenvolvimento da análise comparativa, a fim de identificar as semelhanças e diferenças da cobertura entre os jornais, trabalharemos com base no estudo proposto por Sérgio Schneider e Cláudia Job Schmitt (1988).

## 4.2 Seleção do corpus

Tendo em vista o objetivo geral do projeto, entende-se que a pesquisa desenvolvida abriga-se no campo descritivo. Neste caso, escolheu-se analisar as matérias publicadas pelos jornais Folha de São Paulo e The News York Times, por representarem dois dos mais importantes e influentes veículos de notícia, respectivamente, do país e do mundo. A Folha de São Paulo (mais conhecida como Folha), conforme viu-se no capítulo anterior, é o jornal brasileiro de maior circulação no Brasil e referência nacional em jornalismo político. O The News York Times, por sua vez, também de acordo com o capítulo anterior, tem o site de notícias de jornal mais acessado do mundo e conta com a marca de 117 prêmios Pulitzer.

O personagem central desta pesquisa, Jair Bolsonaro, foi escolhido por inúmeras razões. Bolsonaro apresentou-se do início ao fim das eleições como uma figura intrigante, autoritária, desequilibrada e antidemocrática. Apesar disso e de todas as polêmicas envolvendo sua campanha política, foi eleito com a maioria dos votos válidos no pleito eleitoral. Naturalmente, alvo de fortes e constantes críticas por parte da mídia e da classe artística, tornou-se comum o argumento de grupos ideológicos de direita e apoiadores do candidato, alegando que a imprensa brasileira tentava derrubar e difamar o militar, num complô aliado à esquerda. Surge dessa inquietação o objetivo geral do projeto: identificar e analisar a imagem de Jair Bolsonaro, construída pelos jornais Folha de São Paulo e The New York Times, durante a cobertura jornalística dos principais eventos relacionados à sua candidatura na eleição presidencial de 2018, comparando as matérias produzidas pelos dois veículos.

Como primeiro critério para seleção das matérias que compõem o *corpus*, todas deviam atender a uma regra básica: serem relacionadas a fatos que ganharam

cobertura tanto no noticiário nacional (representado pela Folha) quanto no internacional (Times). Afinal, para a exequibilidade da análise, fazer-se-ia imprescindível encontrar um denominador em comum entre os objetos empíricos. Ao todo, foram identificadas 28 matérias na Folha de São Paulo e seis no The New York Times, que atendiam a esta primeira particularidade. Outro critério adotado para definir o material analisado foi a profundidade. Confirmando o que se podia esperar, havia uma quantidade maior de publicações sobre o candidato durante as eleições no veículo brasileiro e um número limitado no jornal estrangeiro. Desse modo, optou-se por selecionar as matérias de caráter informativo (reportagens) mais aprofundadas, extensas e que apresentam mais informações, sem perder a característica da factualidade, sobre cada um dos três eventos da campanha que orientaram o recorte da pesquisa, deixando de lado as notícias mais concisas, bem como os editoriais, as colunas e cadernos de opinião. Para compor o *corpus*, foram escolhidas três matérias de cada um dos jornais, que apresentassem as mesmas unidades de contexto, permitindo analisá-las de forma coerente e fazendo uso de métodos de comparação, conforme mostra o Quadro 1.

Quadro 1 - Reportagens Selecionadas (Corpus de Pesquisa)

Jornal	Título da matéria	Resumo	Data de publicação
Folha de São Paulo	Bolsonaro leva facada durante ato de campanha em Juiz de Fora <sup>44</sup> (matéria Folha 1)	O candidato Jair Bolsonaro era carregado por apoiadores, em ato de campanha, na cidade de Juiz de Fora, quando foi atingido por um homem com uma faca. Depois do ataque, Bolsonaro foi retirado do local e levado à Santa Casa.	6 de setembro de 2018
The New York Times	Jair Bolsonaro, candidato presidencial no Brasil, é esfaqueado (matéria Times 1) <sup>45</sup>	Jair Bolsonaro, favorito ao cargo de Presidência da República do Brasil, foi hospitalizado em	6 de setembro de 2018

<sup>44</sup> Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/09/bolsonaro-leva-facada-durante-ato-de-campanha-em-juiz-de-fora.shtml> Acesso em: 20 Dez 2019

<sup>45</sup> Disponível em: <https://www.nytimes.com/2018/09/06/world/americas/brazil-jair-bolsonaro.html?searchResultPosition=76> Acesso em: 20 Dez 2019

		terapia intensiva depois de ser esfaqueado durante um evento de campanha.	
Folha de São Paulo	Empresários bancam campanha contra o PT pelo <i>WhatsApp</i> <sup>46</sup> (matéria Folha 2)	Empresas apoiadoras de Bolsonaro compram pacotes de disparos em massa de mensagens contra o PT no <i>WhatsApp</i> e preparam uma grande operação na semana anterior ao segundo turno. A prática é ilegal, pois se trata de doação de campanha por empresas, vedada pela constituição.	18 de outubro de 2018
The New York Times	A desinformação se instala no <i>WhatsApp</i> antes das eleições brasileiras <sup>47</sup> (matéria Times 2)	Milhões de brasileiros estão recebendo mensagens políticas enganosas através do aplicativo <i>WhatsApp</i> . Entre elas, mensagens exagerando o heroísmo de Bolsonaro e espalhando boatos <i>fakes</i> sobre seus adversários.	19 de outubro de 2018
Folha de São Paulo	Bolsonaro confirma favoritismo e é o 42º presidente <sup>48</sup> (matéria Folha 3)	Confirmando o favoritismo, Jair Bolsonaro vence a eleição presidencial brasileira e é o 42º presidente da história do Brasil, com 55,8% dos votos válidos.	28 de outubro de 2018
The New York Times	Jair Bolsonaro conquista a presidência do Brasil, em uma mudança para a extrema direita (matéria Times 3) <sup>49</sup>	Brasil tornou-se o mais recente país a se deslocar para a extrema direita, elegendo o candidato Jair Bolsonaro para ocupar o cargo de	28 de outubro de 2018

<sup>46</sup> Disponível em: [https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/empresarios-bancam-campanha-contr-o-pt-pelo-whatsapp.shtml?utm\\_source=twitter&utm\\_medium=social&utm\\_campaign=twfolha](https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/empresarios-bancam-campanha-contr-o-pt-pelo-whatsapp.shtml?utm_source=twitter&utm_medium=social&utm_campaign=twfolha) Acesso em: 20 Dez 2019

<sup>47</sup> Disponível em: <https://www.nytimes.com/2018/10/19/technology/whatsapp-brazil-presidential-election.html?searchResultPosition=41&hResultPosition=20> Acesso em: 20 Dez 2019

<sup>48</sup> Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/bolsonaro-confirma-favoritismo-e-e-o-42o-presidente-projeta-datafolha.shtml>. Acesso em: 20 Dez 2019

<sup>49</sup> Disponível em: <https://www.nytimes.com/2018/10/28/world/americas/jair-bolsonaro-brazil-election.html?searchResultPosition=86> Acesso em: 20 Dez 2019



		Presidência República.	da	
--	--	---------------------------	----	--

Fonte: a autora.

### 4.3 Análise de Conteúdo

A análise de conteúdo ocupa-se da análise de textos, sons, símbolos e imagens. A mensagem, afinal de contas, pode ser representada de infinitas formas e formatos. No caso desta pesquisa, mensagens escritas (reportagens) publicadas nos jornais Folha de São Paulo e The New York Times. Laurence Bardin (2011, p. 35-36) aponta duas funções principais para essa metodologia: uma heurística, onde enriquece a tentativa exploratória e aumenta a propensão para a descoberta, e outra de “administração de provas”, no sentido de confirmar ou infirmar hipóteses ou afirmações provisórias. A mesma autora alerta para os principais objetivos que a análise de conteúdo se propõe a atender:

[1] A superação da incerteza: o que eu julgo ver na mensagem estará lá efetivamente contido, podendo esta "visão" muito pessoal ser partilhada por outros? Por outras palavras, será a minha leitura válida e generalizável?

[2] E o enriquecimento da leitura: se um olhar imediato, espontâneo, é já fecundo, não poderá uma leitura atenta aumentar a produtividade e a pertinência? Pela descoberta de conteúdos e de estruturas que confirmam (ou infirmam) o que se procura demonstrar a propósito das mensagens, ou pelo esclarecimento de elementos de significações suscetíveis de conduzir a uma descrição de mecanismos de que a priori não possuíamos a compreensão. (BARDIN, 2011, p. 35).

Herscovitz (2007) destaca a excelência dessa metodologia enquanto método de pesquisa para compreensão acerca daquele que produz e daquele que recebe a mensagem: “se uma parte da humanidade desaparecesse amanhã, mas restassem livros, jornais, revistas, vídeos, filmes, cd’s e dvd’s, arquivos com discursos e cartas e artefatos afins, teríamos o material necessário para interpretar a vida social de uma época” (HERSCOVITZ, 2007, p. 123). A autora ainda propõe a seguinte definição para a análise de conteúdo enquanto ferramenta de pesquisa em jornalismo:

(...) método de pesquisa que recolhe e analisa textos, sons, símbolos e imagens impressas, gravadas ou veiculadas em forma eletrônica ou digital encontrados na mídia a partir de uma mostra aleatória ou não dos objetos estudados com o objetivo de fazer inferências sobre os seus conteúdos e formatos enquadrando-os em categorias previamente testadas, mutuamente exclusivas e passíveis de replicação (HERSCOVITZ, 2007, p. 126-127).

Segundo Bardin (2011) o processo de construção de análise de conteúdo é dividido em cinco etapas, que serão previamente descritas a seguir: 1) a organização

da análise; 2) a codificação; 3) a categorização; 4) a inferência e 5) a informatização da análise.

A fase de organização da análise se subdivide em pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados, a inferência e a interpretação (BARDIN, 2011). A pré-análise “corresponde a um período de intuições, mas tem por objetivo tornar operacionais e sistematizar as ideias iniciais” (BARDIN, 2011, p. 125) e é através dela que o analista começa a organizar o material que responderá os objetivos da pesquisa. É nessa fase também que os documentos a serem analisados são escolhidos e as hipóteses e objetivos formulados. O primeiro passo da pré-análise consiste na leitura flutuante, pela qual o pesquisador tem um primeiro contato com o material, cria familiaridade e tira suas primeiras impressões. O segundo passo é a escolha de gênero dos documentos. Parte-se então para a seleção dos materiais que irão compor o *corpus*. Bardin (2011) estabelece algumas regras para execução dessa etapa. Neste trabalho, levaram-se em conta as regras da “representatividade (a amostragem diz-se rigorosa se a amostra for uma parte representativa do universo inicial), da homogeneidade (os documentos retidos devem ser homogêneos, obedecendo a critérios precisos de escolha e não apresentar demasiada singularidade fora desses critérios) e da pertinência (os documentos retidos devem ser adequados, enquanto fonte de informação, de modo a corresponderem ao objetivo que suscita a análise)” (BARDIN, 2011, p. 127-128). Na terceira etapa da pré-análise o analista formula as hipóteses e objetivos da pesquisa. No próximo passo deve providenciar a referência dos índices e a elaboração dos indicadores, que são elementos de identificação de padrões que permitem extrair a essência da mensagem e sua classificação em categorias (os indicadores). A última tarefa da pré-análise nada mais é do que a preparação do material. Para Bardin (2011) trata-se de uma preparação material e, eventualmente, de uma preparação formal (“edição”) (BARDIN, 2011), que varia de acordo com o conteúdo analisado.

Ainda no processo de organização da análise, está a fase de exploração do material. Neste momento, coloca-se em prática o que foi planejado na pré-análise, ou seja, resumidamente trata-se da “aplicação sistemática das decisões tomadas” (BARDIN, 2011, p. 131). Ao cumprir essa etapa, o analista inicia o tratamento dos resultados obtidos e sua compreensão, validando o que foi encontrado até o momento e formulando os primeiros esquemas, quadros e diagramas. “O analista, tendo à sua

disposição resultados significativos e fiéis, pode então propor inferências e adiantar interpretações a propósito dos objetivos previstos –, ou que digam respeito a outras descobertas inesperadas” (BARDIN, 2011, p. 131).

Concluída a fase de organização da análise, inicia-se o processo de codificação. Conforme Bardin (2011), a codificação é a transformação dos dados brutos do texto em unidades organizadas que permitem atingir uma representação do conteúdo, capaz de esclarecer ao analista as características básicas do material a ser estudado.

O recorte é dividido em unidades de registo e de contexto. A unidade de registo representa o elemento pré estabelecido de conteúdo a ser submetido à classificação posteriormente, podendo apresentar dimensões diversas. As mais comuns são: a palavra, o tema, o objeto ou referente, o personagem, o acontecimento e o documento (BARDIN, 2011). A unidade de registro, neste trabalho, corresponde aos trechos das matérias que fazem referência a persona de Jair Bolsonaro; onde podemos identificar traços e características de seu perfil e histórico político ou que se possa identificar qualquer sentimento de simpatia ou antipatia, por meio de críticas ou elogios implícitos. Já a unidade de contexto, de modo geral, mais ampla que a de registro, serve de referência a ela, fixando limites para interpretá-la.

Se a unidade de registro representa o que se conta, a regra de enumeração é o modo de contagem (BARDIN, 2011). O pesquisador pode utilizar diversos tipos de enumeração. Nesta pesquisa será utilizada a regra da co-ocorrência - “acontece quando identificamos a presença de duas ou mais unidades de registro numa única unidade de contexto” - (BARDIN, 2011, p. 142). Para avaliar a unidade de registro selecionada, a presente monografia utilizará do método de análise qualitativo, que “corresponde a um procedimento mais intuitivo, mas também mais maleável e mais adaptável a índices não previstos, ou à evolução das hipóteses” (BARDIN, 2011, p. 145).

A análise qualitativa apresenta certas características particulares. É válida, sobretudo, na elaboração das deduções específicas sobre um acontecimento ou uma variável de inferência precisa, e não em inferências gerais. Pode funcionar sobre corpus reduzidos e estabelecer categorias mais discriminantes, por não estar ligada, enquanto análise quantitativa, a categorias que deem lugar a

frequências suficientemente elevadas para que os cálculos se tornem possíveis. (BARDIN, 2011, p. 145).

Na análise qualitativa, mais do que nunca, se faz imprescindível a utilização do contexto. Contexto do próprio material, mas também externo a ele, “quais serão as condições de produção, ou seja, quem é que fala a quem e em que circunstâncias? Qual será o montante e o lugar da comunicação? Quais os acontecimentos anteriores ou paralelos?” (BARDIN, 2011, p. 145). Bardin diz que “o que caracteriza a análise qualitativa é o fato de a "inferência - sempre que é realizada - ser fundada na presença do índice (tema, palavra, personagem etc.), e não sobre a frequência da sua aparição, em cada comunicação individual". (BARDIN, 2011, p. 146).

A categorização é o terceiro ato da análise de conteúdo e pode ser definida como “uma operação de classificação de elementos constitutivos de um conjunto por diferenciação e, em seguida, por reagrupamento segundo o gênero (analogia), com os critérios previamente definidos” (BARDIN, 2011, p. 147). Seu objetivo é criar uma representação resumida e simplificada, mas fiel, dos dados brutos. A classificação dos elementos (unidades de registro) em categorias acontece quando as semelhanças ou características em comum entre eles são encontradas. O critério de categorização pode ser semântico (categorias temáticas), sintático (verbos, adjetivos), léxico (classificação de palavras segundo seu próprio sentido, sinônimos) ou expressivo (exemplo de categorias que classificam perturbações da linguagem) (BARDIN, 2011). O processo de categorização demanda duas etapas: o inventário, onde os elementos devem ser isolados e a classificação, que consiste em repartir os elementos, para organizar as mensagens (BARDIN, 2011).

Para Laurence Bardin (2011), um bom conjunto de categorias deve possuir as seguintes qualidades: 1) Exclusão mútua; 2) Homogeneidade; 3) Pertinência; 4) Objetividade e fidelidade; 5) Produtividade.

A inferência é a próxima etapa da análise de conteúdo, responsável por fornecer informações complementares e aprofundadas ao analista sobre o texto ou material escolhido para compor o *corpus*, podendo centrar-se no emissor ou no receptor, além da mensagem propriamente dita. O foco desta pesquisa será no emissor da mensagem (os jornais Folha de São Paulo e The New York Times) e na mensagem (as matérias selecionadas). A análise da mensagem apresenta duas

possibilidades: o código e a significação. A análise do código consiste numa observação atenta e voltada a construção do discurso, o comprimento e a formulação das frases, a escolha das palavras e as figuras de retórica utilizadas. Já a significação trata da mensagem de forma mais ampla, dos conteúdos trabalhados, temas e assuntos abordados. Para Harscovitz, a análise de conteúdo em jornalismo

Pode ser utilizada para detectar tendências e modelos na análise de critérios de noticiabilidade, enquadramentos e agendamentos. Serve também para descrever e classificar produtos, gêneros e formatos jornalísticos, para avaliar características da produção de indivíduos, grupos e organizações, para identificar elementos típicos, elementos representativos e discrepâncias e para comparar o conteúdo jornalístico de diferentes mídias em diferentes culturas (HERSCOVITZ, 2007, p. 123).

De acordo com Bardin (2010, p. 167), “[...] a análise de conteúdo constitui um bom instrumento de indução para se investigarem as causas (variáveis inferidas) a partir dos efeitos (variáveis de inferência ou indicadores; referências no texto) [...]”. No presente trabalho, as variáveis inferidas que serão consideradas são os adjetivos, as críticas, as características citadas de Bolsonaro, as conotações e orações que descrevem o candidato ou carregam alguma opinião implícita.

#### **4.4 Método comparativo**

Após identificar como a imagem de Jair Messias Bolsonaro é construída nos jornais Folha de São Paulo e The New York Times, com o auxílio das técnicas da análise de conteúdo, faz-se imprescindível a comparação entre os veículos. Através do método comparativo proposto por SCHNEIDER & SCHMITT (1998), “podemos descobrir regularidades, perceber deslocamentos e transformações, construir modelos e tipologias, identificando continuidades e descontinuidades, semelhanças e diferenças, e explicitando as determinações mais gerais que regem os fenômenos sociais” (SCHNEIDER; SCHMITT, 1998, p. 1). Os autores alertam sobre a variabilidade do método e sua eficiência comprovada em diferentes tipos de pesquisa:

O método comparativo tem sido empregado das mais diversas maneiras no campo das ciências sociais. Os distintos usos da comparação refletem diferentes posições acerca das relações existentes entre as teorias gerais e as explicações locais, os quadros conceituais e as técnicas de pesquisa, a formulação de hipóteses e sua validação (SCHNEIDER; SCHMITT, 1998, p. 31).

Na análise comparativa proposta por SCHNEIDER e SCHMITT (1998), os sociólogos citam dois momentos inerentes ao método, de acordo com Marc Bloch (SCHNEIDER; SCHMITT, 1998, p. 33): um momento analógico, que consiste na identificação daquilo que é similar entre os fenômenos e outro contrastivo, onde são trabalhadas as disparidades entre os casos estudados. “É identificando possíveis elementos históricos ou estruturais semelhantes, [...] que podemos dar verdadeiro peso explicativo às diferenças” (SCHNEIDER; SCHMITT, 1998, p. 33).

Segundo Schneider e Schmitt (1998), o processo de análise comparativa é dividido em três etapas. A primeira consiste na seleção de dois ou mais “fenômenos” potencialmente comparáveis (SCHNEIDER; SCHMITT, 1998, p. 33). Na segunda fase é o momento de definição dos elementos que serão comparados. Apesar dos métodos e instruções, a operacionalização da análise comparativa exige do analista uma série de decisões individuais fundamentais para o resultado final da investigação (SCHNEIDER; SCHMITT, 1998). Ainda segundo os autores, a própria pesquisa e seus objetivos específicos podem revelar novos elementos a serem comparados, o que pode ser feito com auxílio de diferentes métodos de pesquisa (SCHNEIDER; SCHMITT, 1998), como, no caso deste estudo, a análise de conteúdo. O terceiro e último passo da análise comparativa é a generalização, responsável por não permitir que um estudo comparado se torne só e unicamente uma coleção de casos interessantes. Para os autores, “implica em descobrir os elementos comuns aos diferentes casos, típicos para as diferentes classes de casos, ou singulares, que não podem se repetir” (SCHNEIDER; SCHMITT, 1998, p. 36).

A presente monografia se propõe a comparar as matérias selecionadas dos jornais mencionados, com unidades de contexto semelhantes. Os elementos comparados se caracterizam por trechos que estiverem fazendo referência ao político Jair Bolsonaro, sua vida pública, seus ideais e histórico político. Já a generalização é dada nas três matérias selecionadas de um veículo e na semelhança ou diferença encontradas em relação ao veículo comparativo.

#### **4.5 Análise das matérias na imprensa nacional e internacional**

Este capítulo dedica-se à análise propriamente dita das matérias selecionadas, publicadas pelos jornais Folha de São Paulo e The New York Times, com o intuito de

identificar a imagem pública de Bolsonaro, criada a partir das coberturas. Quando trabalha-se com o conceito de imagem pública, de acordo com Gomes (2004), é imprescindível prestar atenção não apenas a representação material de uma pessoa ou objeto, pois ela é construída principalmente “com ações e com discursos” (2004, p. 251).

A partir da leitura e da análise do *corpus* desta pesquisa, foram criadas as seguintes categorias, que correspondem a diferentes aspectos da imagem de Jair Bolsonaro, identificados na cobertura da Folha e do Times, durante a campanha eleitoral de 2018: 1) Perfil antidemocrático; 2) Fascista; 3) Caráter agressivo; 4) Líder populista; 5) Antipetista.

Em algumas ocasiões, um trecho destacado das matérias pode apresentar frases pertencentes a duas ou mais categorias. Desse modo, tentamos separar estas unidades em células, remetendo cada trecho a sua respectiva categoria. Quando essa lógica não foi possível, prevaleceu a ideia predominante no recorte inicial.

#### 1) *Perfil antidemocrático*

Autoritário, de caráter ditatorial e de oposição a democracia ou a sua manutenção. Na análise do *corpus* identificamos trechos das matérias que evidenciam o perfil antidemocrático de Bolsonaro, conforme destacamos a seguir: “suas credenciais democráticas são questionadas constantemente” (matéria 3 Folha); caracterizado por seu discurso de ódio: “ameaçou destruir, prender ou levar ao exílio seus oponentes políticos (matéria 3 Times)”; relativização do caráter autoritário do regime militar no Brasil: “[Bolsonaro] é o novo presidente do Brasil - o 42º da história e o 8º desde o fim do regime militar (1964-85) que ele admira e cujo o caráter ditatorial relativiza” (matéria 3 Folha); declarações que subentendem a promessa de fechamento do Supremo Tribunal Federal (STF): “seu filho Eduardo citava ser fácil fechar o Supremo Tribunal Federal em caso de questionamento de uma vitória do pai” (matéria Folha 3); constantes ameaças e desentendimentos com jornalistas (profissionais responsáveis por contribuir com a manutenção e fiscalização da democracia): “O deputado, por sua vez, só dobrou a aposta ao criticar o jornal [Folha de São paulo] - e processar seus profissionais - e a mídia em geral” (matéria 3 Folha), além de alegações de que não aceitaria uma possível derrota na campanha



presidencial de 2018: “Muitos brasileiros veem tendências autoritárias em Bolsonaro, que planeja nomear líderes militares para os principais cargos e disse que não aceitaria o resultado se perdesse” (matéria 3 Times).

O *corpus* do trabalho aponta que a imagem de Bolsonaro também está associada a problemática do fenômeno da desinformação e da disseminação de *fake news*. Embora esteja mais relacionado a sua estrutura de campanha e de seus apoiadores, ainda assim, compõe um aspecto do perfil antidemocrático evidenciado por esta categoria, considerando-se que a promoção de desinformação atenta contra o debate público democrático. Os trechos a seguir ilustram essa associação: “a campanha de Bolsonaro, bem como de concorrentes como Haddad, há muito tempo suspeita-se de espalhar as imagens enganosas” (matéria 2 Times).<sup>50</sup> Próximo à reta final das eleições, as notícias falsas a favor de Bolsonaro e contra seus adversários políticos, cresceram nas redes sociais, em especial no *WhatsApp*: “Havia histórias exagerando o heroísmo de Bolsonaro e espalhando boatos sobre seus rivais” (matéria 2 Times).

Elencamos a seguir os trechos encontrados nas reportagens selecionadas que remetem a este aspecto da imagem de Bolsonaro:

a. *Folha de São Paulo*: nas três matérias publicadas pelo jornal brasileiro de maior circulação no país, identificamos oito ocorrências da categoria:

(1) [Bolsonaro] é o novo presidente do Brasil - o 42º da história e o 8º desde o fim do regime militar (1964-85) que ele admira e cujo o caráter ditatorial relativiza (matéria 3 Folha); (2) Suas credenciais democráticas são questionadas constantemente (matéria 3 Folha); (3) [Bolsonaro] disse que seus adversários deveriam ser presos ou exilados (matéria 3 folha); (4) seu filho Eduardo citava ser fácil fechar o Supremo Tribunal Federal em caso de questionamento de uma vitória do pai (matéria 3 Folha); (5) O deputado, por sua vez, só dobrou a aposta ao criticar o jornal [Folha de São paulo] - e processar seus profissionais - e a mídia em geral (matéria 3 Folha); (6) O fato de enaltecer um torturador da ditadura, o coronel Carlos Alberto Brilhante Ustra, e o de ser réu por incitação ao estupro não foram o suficientes para lhe tirar apoio (matéria Folha 3); (7) Assim como o americano [Trump], ele é acusado de disseminar fake news e desinformação (matéria Folha 3); (8) Uma das ferramentas usadas pela campanha de Bolsonaro é a geração de números estrangeiros automaticamente por sites como o TextNow (matéria Folha 2).

<sup>50</sup> Tradução nossa. Todos os trechos do jornal The New York Times são de tradução nossa.

b. *The New York Times*: no jornal americano a incidência desta categoria foi tão significativa quanto no veículo brasileiro, com nove ocorrências identificadas:

(1) Jair Bolsonaro exaltou a ditadura militar do país, defende a tortura e ameaçou destruir, prender ou levar ao exílio seus oponentes políticos (matéria 3 Times); (2) Ele parecia ansioso para dissipar as preocupações de que governaria despoticamente (matéria 3 Times); (3) [Bolsonaro] às vezes também pareceu rejeitar os princípios democráticos mais básicos (matéria 3 Times); (4) A vitória de Bolsonaro encerra uma disputa amarga que divide famílias, separa amizades e acende preocupações sobre a resiliência da jovem democracia brasileira (matéria 3 Times); (5) Muitos brasileiros veem tendências autoritárias em Bolsonaro, que planeja nomear líderes militares para os principais cargos e disse que não aceitaria o resultado se perdesse (matéria 3 Times); (6) Ele ameaçou empilhar a Suprema Corte aumentando o número de juízes, (...) e lidar com inimigos políticos, dando-lhes a opção de extermínio ou exílio (matéria 3 Times); (7) Havia histórias exagerando o heroísmo de Bolsonaro e espalhando boatos sobre seus rivais (matéria 2 Times); (8) A campanha de Bolsonaro, bem como de concorrentes como Haddad, há muito tempo suspeita-se de espalhar as imagens enganosas (matéria 2 Times); (9) mensagens que geralmente continham falsidades e conteúdo enganoso que colocam Bolsonaro em uma luz positiva e menosprezam seus rivais (matéria 3 Times).

Conforme evidenciado pelo *corpus*, a criação desta primeira categoria se justifica por si só. Jair Bolsonaro, ex reformado do exército, ficou conhecido no meio político e posteriormente na imprensa, por exaltar a ditadura militar brasileira de 1964 e os crimes de censura e tortura cometidos naquele período. Seu filho, Eduardo Bolsonaro, chegou a ameaçar fechar o Supremo Tribunal Federal, caso uma possível vitória de seu pai viesse a ser questionada. Intimidou e processou jornalistas de veículos de comunicação de massa, como a Folha, que de alguma maneira pudessem atrapalhar sua candidatura. Em ameaças mais recentes, prometeu prender, destruir e levar ao exílio seus rivais políticos. Sua campanha ainda foi associada a *fake news* e desinformação, levantando temores de que governaria despoticamente.

## 2) *Fascista*

Não existe um consenso entre pesquisadores sobre a definição de modelos fascistas atuais. Devemos lembrar que o fascismo, em sua essência, representou um movimento político histórico, que surgiu na Itália na década de 20, sob a liderança autoritária de Benito Mussolini. De maneira geral, o fascismo atualmente é compreendido como a forma radical da expressão do espectro político da extrema direita conservadora. Nem toda direita conservadora, no entanto, é extremista como

o fascismo<sup>51</sup>. Assim como nem todo antidemocrático é fascista, mas todo fascista é antidemocrático. Embora esta categoria pudesse estar acoplada ao “perfil antidemocrático” trabalhado acima, achamos importante destacar este aspecto mais específico, que é evidenciado várias vezes no *corpus* da pesquisa. O modelo prega um Estado ligado a figura de um líder, que utiliza de ferramentas de controle de massa como o culto a tradição, a religiosidade e o sentimento de patriotismo, assim como o próprio candidato, de acordo com as matérias analisadas nesta pesquisa: “Montado numa estrutura confusa e amadora, [Bolsonaro] cercou-se de militares da reserva e conselheiros de setores conservadores, como ruralistas e evangélicos” (matéria Folha 3). Além disso, tende a defender que mudanças radicais no *status quo* (“estado atual das coisas”) devem acontecer: “Ele [Bolsonaro] venceu explorando um profundo poço de ressentimento com o *status quo* no Brasil” (matéria 3 Times).

O *corpus* deste trabalho revela um discurso sobre a postura de modelo fascista adotada por Bolsonaro, apontado em diferentes momentos nas matérias analisadas, como o de ter se tornado conhecido por seus discursos em defesa da família patriarcal e em evidência ao sexismo: “[Bolsonaro] disse que prefere que seu filho morra a ser gay e que as mulheres não merecem o mesmo salário que os homens” (matéria 3 Times). Suas falas carregadas de preconceitos ficaram marcadas pela presença do machismo, do racismo e da homofobia: “Algumas das declarações do candidato foram tão ofensivas que o procurador-geral do país no início deste ano o acusou de incitar o ódio contra negros, gays e indígenas” (matéria 3 Times).

De forma estratégica, alinhou-se a instituições que ainda possuem credibilidade com a população, como mostram as reportagens analisadas. Jair Bolsonaro descobriu no fanatismo religioso, na crença às Forças Armadas e no apelo a instituições populares entre os brasileiros, a oportunidade para conquistar apoio de diferentes setores: “Ele conseguiu se alinhar com as instituições nas quais os brasileiros ainda acreditam: religião, família e forças armadas” (matéria 3 Times). Com esses eleitores, encontrou a predisposição necessária para reproduzir versões

---

<sup>51</sup> “O que é fascismo?”. Site Brasil Escola. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/o-que-e/historia/o-que-e-fascismo.htm>  
Acesso em 10 Set 2020

falaciosas de projetos inexistentes no país: “O apoio de última hora do influente lobby evangélico e líderes do agronegócio deu-lhe um impulso” (matéria 3 Times).

Relacionamos a seguir os trechos encontrados nas reportagens selecionadas que remetem a este aspecto da imagem de Bolsonaro:

a. *Folha de São Paulo*: contrário ao senso comum, a análise feita com as matérias do jornal Folha apontam apenas duas ocorrências desta categoria (o que representa uma ocorrência muito pequena, quando em comparação ao Times):

(1) [Bolsonaro] Dono de retórica agressiva e colecionador de polêmicas que lhe valeram pechas que vão de radical a fascista (matéria Folha 3); (2) Montado numa estrutura confusa e amadora, cercou-se de militares da reserva e conselheiros de setores conservadores, como ruralistas e evangélicos (matéria Folha 3).

b. *The New York Times*: no veículo americano pode-se perceber uma grande inclinação para a pecha de fascista de Bolsonaro. Foram localizadas treze ocorrências diferentes desta categoria nas matérias analisadas:

(1) Um segundo turno entre um candidato de extrema direita, Jair Bolsonaro (...) (matéria 2 Times); (2) Jair Bolsonaro conquista a presidência do Brasil, em uma mudança para a extrema direita (matéria 3 Times); (3) O Brasil tornou-se no domingo o último país a se deslocar para a extrema direita (matéria 3 Times); (4) “Ele se junta a vários políticos de extrema direita que chegaram ao poder em todo o mundo” (matéria 3 Times); (5) Algumas das declarações do candidato foram tão ofensivas que o procurador-geral do país no início deste ano o acusou de incitar o ódio contra negros, gays e indígenas (matéria 3 Times); (6) ele [Bolsonaro] emitiu uma ameaça aos membros do Partido dos Trabalhadores, que os críticos chamam de completamente fascista (matéria 3 Times); (7) Bolsonaro, um político de extrema direita (matéria 1 Times); (8) ele [Bolsonaro] é adorado por alguns por sua conversa dura e criticado por outros por suas discussões contra mulheres, gays e negros (matéria 1 Times); (9) Mas seus ataques verbais discriminatórios o levaram a ser acusado pelo procurador-geral deste ano de incitar o ódio contra negros, mulheres, gays e indígenas (matéria 1 Times); (10) Ele venceu explorando um profundo poço de ressentimento com o *status quo* no Brasil (matéria 3 Times); (11) ele [Bolsonaro] disse que prefere que seu filho morra a ser gay e que as mulheres não merecem o mesmo salário que os homens (matéria 3 Times); (12) Ele conseguiu se alinhar com as instituições nas quais os brasileiros ainda acreditam: religião, família e forças armadas (matéria 3 Times); (13) O apoio de última hora do influente lobby evangélico e líderes do agronegócio deu-lhe um impulso (matéria 3 Times).

O candidato da extrema direita vociferou discursos de ódio contra gays, mulheres, negros e indígenas, além de se aliar a instituições como as Forças Armadas

e o lobby evangélico. O bordão de sua campanha política “Brasil acima de tudo, Deus acima de todos”, expressa características do ultranacionalismo, em conjunto ao forte apelo religioso, princípios básicos do fascismo, que justificam a sugestão desta categoria.

### 3) *Caráter agressivo*

Podemos identificar no *corpus* desta pesquisa características centrais da campanha eleitoral de Bolsonaro, como a apologia à violência e ao porte de armas, conforme exemplificam os seguintes trechos das reportagens escolhidas: “[Bolsonaro] prometeu restaurar a ordem em um país que sofre com o aumento da violência, facilitando o transporte de armas pelos civis e a polícia a matar criminosos” (matéria 1 Times); a incitação ao que podemos chamar de “justiça com as próprias mãos”: [Bolsonaro] prometeu diminuir a idade da responsabilidade criminal, impor sentenças mais duras por crimes violentos e aliviar as restrições de posse de armas no Brasil para que os civis pudessem se proteger melhor (matéria 3 Times), e as ações e discursos radicais e extremistas: “parte do apelo de Bolsonaro está nas soluções extremas que ele propôs para amenizar a raiva e o medo da violência da população” (matéria 3 Times).

Esta categoria aborda, resumidamente, as principais propriedades do que ficou popularmente conhecido como “bolsonarismo”, uma ideologia ou movimento conservador da extrema direita, que referencia as práticas políticas de Jair Bolsonaro e seus filhos e podem ser identificadas em trechos das reportagens aqui analisadas, conforme segue:

a. *Folha de São Paulo*: no veículo brasileiro identificamos apenas uma ocorrência, que justifica esta categoria: (1) Dono de retórica agressiva e colecionador de polêmicas que lhe valeram pechas (...) (matéria Folha 3).

b. *The New York Times*: no jornal americano a categoria foi identificada em quatro momentos distintos, na análise do *corpus*:

- (1) Parte do apelo de Bolsonaro está nas soluções extremas que ele propôs para amenizar a raiva e o medo da violência da população (matéria 3 Times);
- (2) Ele prometeu dar às forças policiais do Brasil, (...) uma autoridade ampliada para matar suspeitos (matéria 3 Times);
- (3) [Bolsonaro] prometeu diminuir a idade da responsabilidade criminal, impor sentenças mais duras por crimes violentos e aliviar as restrições de posse de armas no Brasil para que os civis pudessem se

proteger melhor (matéria 3 Times); (4) [Bolsonaro] prometeu restaurar a ordem em um país que sofre com o aumento da violência, facilitando o transporte de armas pelos civis e a polícia a matar criminosos (matéria 1 Times).

O caráter violento e agressivo de Bolsonaro, está associado a ações extremas e medidas radicais propostas por ele, para resolver problemas sociais. O parlamentar defende o extermínio da violência por meio dela mesma. É a favor da diminuição da idade de responsabilidade criminal, da flexibilização da posse de armas para civis e promete dar às forças policiais brasileiras autonomia para matar suspeitos.

#### 4) *Líder populista*

Nas matérias analisadas, Bolsonaro por vezes é relacionado às facetas populistas, a posição de favoritismo às eleições presidenciais de 2018 e a alcunha de “mito” conquistada entre seus seguidores. A categoria “líder populista” representa, de acordo com aspectos da imagem construída na cobertura dos jornais Folha e Times, ainda um grau inédito de fanatismo no Brasil, muito bem empregado pelo político, que conquistou milhares de apoiadores da direita.

A análise das matérias evidencia o favoritismo de Bolsonaro na disputa eleitoral de 2018, desde que a candidatura de Lula (PT) deu lugar a seu postulante a sucessor, Fernando Haddad (PT), que assumiu a luta pela Presidência da República, como ilustra o seguinte trecho: “[Haddad] nunca ameaçou a liderança do polêmico deputado” (matéria Folha 3).

No decorrer da campanha, como afirmam as matérias, passou a ser chamado de “mito” por apoiadores que o acompanhavam nas ruas e nas redes sociais (meio oficial de comunicação com seu eleitorado), e o carregavam nos braços e na foto de apresentação de seus perfis na *web*, como demonstram estes trechos do Times: “quando fogos de artifício dourados iluminaram o céu, eles cantaram “mito”, ou lenda, em homenagem ao presidente eleito” (matéria 3 Times). Populista, utiliza de discursos a favor da manutenção dos “bons costumes”, atributos que o fizeram chegar à Presidência do Brasil: “(...) elegendo um populista estridente como presidente” (matéria 3 Times).

A imagem de líder populista pode ser identificada na cobertura dos dois jornais de acordo com os trechos a seguir:

a. *Folha de São Paulo*: no jornal *Folha* foram identificados quinze trechos que remetem a categoria “líder populista”:

(1) Bolsonaro confirma favoritismo e é o 42º presidente (matéria Folha 3); (2) [Haddad] nunca ameaçou a liderança do polêmico deputado (matéria Folha 3); (3) Transformou o hospital e, depois, sua casa no Rio em quartel general de onde gravava vídeos para a internet e recebia apoiadores (matéria Folha 3); (4) Diversos fatores concorrem para explicar o sucesso de Bolsonaro (matéria Folha 3); (5) Sua ascensão meteórica foi largamente ignorada pelo mundo político (matéria Folha 3); (6) a intenção de voto resiliente atrás de Lula o tornou foco de atenção (matéria Folha 3); (7) [Bolsonaro] Era recebido em aeroportos por pequenas multidões (matéria Folha 3); (8) [Bolsonaro] Ganhou a alcunha de “mito” (matéria Folha 3); (9) Bolsonaro começou a entusiasmar setores da economia mais próximos do sentimento popular na ponta, como pequenos empresários e donos de redes de varejo (matéria Folha 3); (10) (...) grande parte do conteúdo não é produzida pela campanha - vem de apoiadores (matéria Folha 2); (11) (...) apoiadores muito ativos, os quais contatam para que criem mais grupos e façam mais ações a favor do candidato (matéria Folha 2); (12) O candidato era carregado por apoiadores na rua (matéria Folha 1); (13) Bolsonaro está em primeiro lugar nas pesquisas de intenção de voto (matéria Folha 1); (14) ele acaba chamando a atenção de milhares de pessoas e ele gosta de se aproximar de todo mundo (matéria Folha 1); (15) “Quem faz a campanha são os milhares de apoiadores voluntários espalhados em todo o Brasil” (matéria Folha 2).

b. *The New York Times*: nas três matérias analisadas, foram encontradas onze ocorrências desta categoria:

(1) [Bolsonaro] implora a seus seguidores que o ajudem a "tornar o Brasil melhor" (matéria 2 Times); (2) (...) elegendo um populista estridente como presidente (matéria 3 Times); (3) Centenas de simpatizantes se reuniram do lado de fora da casa litorânea de Bolsonaro (matéria 3 Times); (4) Quando fogos de artifício dourados iluminaram o céu, eles cantaram "mito", ou lenda, em homenagem ao presidente eleito (matéria 3 Times); (5) os apoiadores criaram centenas de grupos para compartilhar memes, vídeos e mensagens (matéria 3 Times); (6) Jair Bolsonaro, o principal candidato nas eleições presidenciais do Brasil (matéria 1 Times); (7) Bolsonaro estava sendo carregado por apoiadores através de uma multidão de pessoas (matéria 1 Times); (8) [Bolsonaro] tem uma ampla liderança na disputa presidencial (matéria 1 Times); (9) Bolsonaro conquistou seguidores ferozmente leais (matéria 1 Times); (10) "Gosto do que Bolsonaro representa" (matéria 3 Times); (11) "Todo mundo nesta eleição é corrupto, exceto Bolsonaro" (matéria 3 Times).

A popularidade de Bolsonaro cresceu muito após o impacto das investigações da Operação Lava Jato, onde aproveitou para viajar pelo país, se apresentando como defensor do conservadorismo e contra a “velha politicagem”. O candidato surpreendeu especialistas com a rápida ascensão no cenário político, conquistando apoiadores leais que o apelidaram de “mito”. Assim, não demorou muito até se firmar como o favorito para a eleição.

### 5) *Antipetista*

O antipetismo representou um dos fatores determinantes para a vitória de Jair Bolsonaro nas eleições de 2018. Mais do que isso, foi uma das ferramentas mais utilizadas pelo candidato, no decorrer da campanha, para conquistar a simpatia e a confiança de seu eleitorado. Esse fenômeno político, no entanto, não é novidade. O antipetismo é herança do antiesquerdismo, que tem como matriz ideológica o anticomunismo.

As matérias analisadas apontam o posicionamento crítico e virulento do ex militar em relação ao Partido dos Trabalhadores (PT) e aos demais partidos da esquerda brasileira, conforme segue: “No ano seguinte a Operação Lava Jato, [Bolsonaro] entrou no cenário político, varrendo o PT e aliados” (matéria Folha 3). Assim, a proposta desta categoria surge da necessidade de ilustrar o antipetismo e o antiesquerdismo do ex capitão reformado do exército, capaz inclusive de suplantar a oposição tradicional do PT, como mostra o trecho seguinte: “O antipetismo encarnado pelo deputado transformou os partidos conservadores tradicionais numa terra arrasada” (matéria Folha 3).

Diante do sentimento de desalento político e desesperança da sociedade brasileira, revoltada com os escândalos de corrupção que acometeram partidos políticos tradicionais, o deputado se firmou como o principal (ou “autêntico”) antipetista da eleição: “Se a negação ao petismo já era uma forma de protesto contra o sistema político como um todo, ela acabou creditada na conta de Bolsonaro” (matéria Folha 3). A maioria dos eleitores decidiu por eleger, dentre os candidatos que se apresentaram para a disputa presidencial, aquele cuja única promessa era a de não ser conivente com os escândalos de corrupção que acometeram o PT. Os trechos das reportagens que evidenciam esse aspecto são reproduzidos a seguir:

a. *Folha de São Paulo*: há um total de quatro incidências no *corpus* do jornal brasileiro, reafirmando o antipetismo de Bolsonaro:

- (1) O antipetismo encarnado pelo deputado transformou os partidos conservadores tradicionais numa terra arrasada (matéria Folha 3);
- (2) No ano seguinte a Operação Lava Jato, [Bolsonaro] entrou no cenário político, varrendo o PT e aliados (matéria Folha 3);
- (3) Se a negação ao petismo já era uma forma de protesto contra o sistema político como um todo, ela acabou creditada na conta de Bolsonaro (matéria Folha 3);
- (4) As empresas apoiando o candidato Jair Bolsonaro (PSL)



compram um serviço chamado de “disparo em massa” [contra o PT] (matéria Folha 2).

b. *The New York Times*: foi localizada apenas uma ocorrência desta categoria nas matérias analisadas no veículo de notícias americano: (1) ele [Bolsonaro] emitiu uma ameaça aos membros do Partido dos Trabalhadores (...) (matéria 3 Times).

A campanha presidencial de Bolsonaro não apresentou propostas ou produziu esquemas que pudessem apontar soluções exequíveis para a redução da crise econômica ou dos agravos sociais existentes no Brasil. Pelo contrário, o político optou por pautar sua campanha em um movimento contra a campanha de seu principal adversário, o Partido dos Trabalhadores, e o candidato que o representasse. Durante todo o período eleitoral, como mostram as matérias, o parlamentar manteve o caráter agressivo de severas críticas ao PT (Partido dos Trabalhadores). Diante do sentimento de desalento político e desesperança da sociedade brasileira, revoltada com os escândalos de corrupção que acometeram o partido, o deputado se firmou, de maneira estratégica, como o antipetista da eleição.

#### **4.6 Análise geral das matérias no jornal Folha de São Paulo**

Características comuns às três matérias trabalhadas podem ser consideradas como parte de um padrão de cobertura. No *corpus* analisado do jornal Folha de São Paulo, o aspecto mais observado do político Jair Bolsonaro é o populismo, bem como o favoritismo na eleição presidencial brasileira. A categoria “Líder populista”, em referência a popularidade e alcunha de “mito” conquistadas entre seus apoiadores, teve o maior número de incidência, com quinze aparições. Entre elas, afirmando a ascensão do ex militar no processo eleitoral: “Bolsonaro começou a entusiasmar setores da economia mais próximos do sentimento popular na ponta, como pequenos empresários e donos de redes de varejo” (matéria Folha 3).

A segunda característica marcante na construção da imagem do candidato, com base nas coberturas analisadas no jornal Folha, é denominada “Perfil antidemocrático”, categoria com oito ocorrências. As publicações evidenciam o perfil autoritário do candidato e alertam que “suas credenciais democráticas são questionadas constantemente” (matéria 3 Folha). Caracterizado ainda por seus discursos em ameaça ao fazer jornalístico e seus adversários políticos, contra a

democracia e em defesa da ditadura militar de 1964, além de estar associado ao fenômeno das *fake news* e desinformação que fizeram parte de sua campanha presidencial. Logo após, surgem as categorias “antipetismo” - marca registrada da campanha de Bolsonaro -, e “fascista”, com quatro e duas ocorrências, respectivamente. Nos trechos selecionados das matérias, encontramos expressões como “antipetismo encarnado” (matéria Folha 3), “varrendo o PT” (matéria Folha 3) e “negação ao petismo” (matéria Folha 3), que caracterizam o antipetismo e o antiesquerdismo esboçados pelo candidato. Já o fascismo, representado pelos posicionamentos ideológicos identificados pelo veículo, além dos discursos de ódio contra minorias sociais e o apelo religioso de sua campanha, pode ser observado no seguinte trecho: “[Bolsonaro] Dono de retórica agressiva e colecionador de polêmicas que lhe valeram pechas que vão de radical a fascista (...)” (matéria Folha 3).

A categoria com menor incidência no veículo representa o “caráter agressivo” do candidato, como a apologia a violência e ao porte de armas, com apenas uma ocorrência: “[Bolsonaro], dono de retórica agressiva e colecionador de polêmicas (...)” (matéria Folha 3).

#### **4.7 Análise geral das matérias no jornal The New York Times**

No *corpus* do jornal americano The New York Times o principal aspecto salientado da imagem pública de Jair Bolsonaro é o seu viés fascista, representado por suas ações e vertentes político-ideológicas. Com treze aparições, a categoria alerta sobre a mudança para a extrema direita representada pelo político, além dos discursos de ódio contra minorias sociais e o apelo a instituições religiosas e militares. Em trechos selecionados, o jornal aponta: “[Brasil] o último país a se deslocar para a extrema direita” (matéria 3 Times), “os críticos chamam de completamente fascista” (matéria 3 Times), “declarações do candidato foram tão ofensivas que o procurador-geral do país no início deste ano o acusou de incitar o ódio contra negros, gays e indígenas” (matéria 3 Times).

A segunda característica marcante na construção da imagem pública do político, de acordo com as coberturas analisadas do jornal norte-americano, é o populismo, bem como a popularidade conquistada com eleitores, que lhe rendeu um inédito favoritismo político. A categoria “líder populista” foi localizada em onze trechos

distintos, entre eles estão: “[Bolsonaro] um populista estridente” (matéria 3 Times), “centena de simpatizantes” (matéria 3 Times), e “[Bolsonaro] o principal candidato nas eleições presidenciais do Brasil (matéria 1 Times)”.

O jornal enfatiza ainda os perfis antidemocrático e agressivo do ex deputado, com nove e quatro ocorrências, respectivamente. O perfil antidemocrático evidencia o autoritarismo marcado pelas falas e propostas de Bolsonaro, em defesa do regime militar e ataques à democracia. Os trechos selecionados que justificam a categoria, denunciam que “Jair Bolsonaro exaltou a ditadura militar do país, defende a tortura e ameaçou destruir, prender ou levar ao exílio seus oponentes políticos” (matéria 3 Times), e “às vezes também pareceu rejeitar os princípios democráticos mais básicos” (matéria 3 Times). Já a categoria “caráter agressivo”, faz referência ao modelo político adotado, defendendo ações extremas para resolução de questões sociais, apologia à violência e ao porte de armas: “[Bolsonaro] prometeu restaurar a ordem em um país que sofre com o aumento da violência, facilitando o transporte de armas pelos civis e a polícia a matar criminosos” (matéria 1 Times).

Em seguida, a categoria antipetista, com uma única ocorrência, evidencia a imagem do ex militar atrelada ao movimento político contra o PT: “[Bolsonaro] emitiu uma ameaça aos membros do Partido dos Trabalhadores (...)” (matéria 3 Times).

#### **4.8 Análise comparativa entre os veículos**

A partir da criação das categorias - perfil antidemocrático, fascista, caráter agressivo, líder populista e antipetista -, aplicadas às matérias, foi possível identificar a construção da imagem de Jair Bolsonaro no jornal brasileiro Folha de São Paulo e no americano The New York Times. Para detectar os pontos convergentes e divergentes entre os veículos, seguimos os critérios do estudo comparativo proposto pelos sociólogos SCHNEIDER e SCHMITT (1998).

Nota-se uma diferença na construção das matérias do Times, em comparação à Folha; uma vez que o veículo internacional é mais incisivo na elaboração de suas críticas ao político, fazendo uso frequente de adjetivos pejorativos como “governaria despoticamente”, “candidato de extrema direita” ou “populista estridente”. Por outro lado, percebe-se que o jornal brasileiro convencionalmente utiliza com mais

frequência de métodos descritivos e de pequenas histórias que remetem a trajetória política para construir uma perspectiva do candidato, tentando manter os princípios da objetividade e do equilíbrio em algum nível.

Todas as cinco categorias propostas nesta pesquisa foram identificadas em ambos os veículos, ao menos uma vez. As mais observadas no jornal Folha de São Paulo foram: a) líder populista: quinze ocorrências; b) perfil antidemocrático: oito ocorrências e c) antipetista: quatro ocorrências. As categorias d) fascista: duas ocorrências, e) caráter agressivo: uma ocorrência, mostraram-se menos relevantes no corpus do jornal brasileiro. Desse modo, observa-se uma tendência de supervalorizar o populismo e favoritismo de Jair Bolsonaro - ainda que soe como uma crítica velada ou não -, de retratá-lo enquanto candidato de uma eleição democrática, que pouca intimidade apresenta com os princípios básicos da democracia, e de representá-lo enquanto explorador de um movimento antipetista sabiamente incorporado que lhe rendeu tantos votos e uma legião de apoiadores.

No The New York Times, por sua vez, as categorias com maior incidência identificadas na pesquisa são: a) fascista: treze ocorrências; b) líder populista: onze ocorrências e c) perfil antidemocrático: nove ocorrências. As categorias d) caráter agressivo: quatro ocorrências, e) antipetista: uma ocorrência, mostraram-se menos relevantes no corpus do jornal estrangeiro. Nota-se aqui, a construção de uma imagem fascista de Bolsonaro ilustrada no veículo, chamando atenção para a mudança radical para extrema direita representada pelo político, declarações de “ódio contra negros, gays e indígenas” (matéria 3 Times), além de ameaças contra seus adversários políticos; de um líder populista que surpreendeu ao alcançar o favoritismo na eleição brasileira e de um candidato que menospreza a democracia, exalta a ditadura militar e “acende preocupações sobre a resiliência da jovem democracia brasileira” (matéria 3 Times). Abaixo, podemos observar o quadro categorial sobre a imagem pública de Bolsonaro nas mídias nacional e internacional.

Quadro 2 - Categorias da Imagem de Bolsonaro na mídia nacional e internacional

CATEGORIA	FOLHA DE SÃO PAULO	THE NEW YORK TIMES
PERFIL	(1) [Bolsonaro] é o novo	(1) Jair Bolsonaro exaltou a

ANTIDEMOCRÁTICO	<p>presidente do Brasil - o 42º da história e o 8º desde o fim do regime militar (1964-85) que ele admira e cujo o caráter ditatorial relativiza (matéria 3 Folha); (2) Suas credenciais democráticas são constantemente questionadas (matéria 3 Folha); (3) [Bolsonaro] disse que seus adversários deveriam ser presos ou exilados (matéria 3 folha); (4) seu filho Eduardo citava ser fácil fechar o Supremo Tribunal Federal em caso de questionamento de uma vitória do pai (matéria 3 Folha); (5) O deputado, por sua vez, só dobrou a aposta ao criticar o jornal [Folha de São Paulo] - e processar seus profissionais - e a mídia em geral (matéria 3 Folha); (6) O fato de enaltecer um torturador da ditadura, o coronel Carlos Alberto Brilhante Ustra, e o de ser réu por incitação ao estupro não foram o suficientes para lhe tirar apoio (matéria Folha 3); (7) Assim como o americano [Trump], ele é acusado de disseminar <i>fake news</i> e desinformação (matéria Folha 3); (8) Uma das ferramentas usadas pela campanha de Bolsonaro é a geração de números estrangeiros automaticamente por sites como o TextNow (matéria Folha 2).</p>	<p>ditadura militar do país, defende a tortura e ameaçou destruir, prender ou levar ao exílio seus oponentes políticos (matéria 3 Times); (2) Ele parecia ansioso para dissipar as preocupações de que governaria despoticamente (matéria 3 Times); (3) [Bolsonaro] às vezes também pareceu rejeitar os princípios democráticos mais básicos (matéria 3 Times); (4) A vitória de Bolsonaro encerra uma disputa amarga que divide famílias, separa amizades e acende preocupações sobre a resiliência da jovem democracia brasileira (matéria 3 Times); (5) Muitos brasileiros veem tendências autoritárias em Bolsonaro, que planeja nomear líderes militares para os principais cargos e disse que não aceitaria o resultado se perdesse (matéria 3 Times); (6) Ele ameaçou empilhar a Suprema Corte aumentando o número de juizes, (...) e lidar com inimigos políticos, dando-lhes a opção de extermínio ou exílio (matéria 3 Times); (7) Havia histórias exagerando o heroísmo de Bolsonaro e espalhando boatos sobre seus rivais (matéria 2 Times); (8) A campanha de Bolsonaro, bem como de concorrentes como Haddad, há muito tempo suspeita-se de espalhar as imagens enganosas (matéria 2 Times); (9) mensagens que geralmente continham falsidades e conteúdo enganoso que colocam Bolsonaro em uma luz positiva e menosprezam seus rivais (matéria 3 Times).</p>
FASCISTA	<p>(1) [Bolsonaro] Dono de retórica agressiva e colecionador de polêmicas que lhe valeram pechas que vão de radical a fascista (matéria Folha 3); (2) Montado numa estrutura confusa e amadora, cercou-se de militares da reserva e conselheiros de setores</p>	<p>(1) Um segundo turno entre um candidato de extrema direita, Jair Bolsonaro (...) (matéria 2 Times); (2) Jair Bolsonaro conquista a presidência do Brasil, em uma mudança para a extrema direita (matéria 3 Times); (3) O Brasil tornou-se no domingo o último país a se</p>

	<p>conservadores, como ruralistas e evangélicos (matéria Folha 3).</p>	<p>deslocar para a extrema direita (matéria 3 Times); (4) “Ele se junta a vários políticos de extrema direita que chegaram ao poder em todo o mundo” (matéria 3 Times); (5) Algumas das declarações do candidato foram tão ofensivas que o procurador-geral do país no início deste ano o acusou de incitar o ódio contra negros, gays e indígenas (matéria 3 Times); (6) ele [Bolsonaro] emitiu uma ameaça aos membros do Partido dos Trabalhadores, que os críticos chamam de completamente fascista (matéria 3 Times); (7) Bolsonaro, um político de extrema direita (matéria 1 Times); (8) ele [Bolsonaro] é adorado por alguns por sua conversa dura e criticado por outros por suas discussões contra mulheres, gays e negros (matéria 1 Times); (9) Mas seus ataques verbais discriminatórios o levaram a ser acusado pelo procurador-geral deste ano de incitar o ódio contra negros, mulheres, gays e indígenas (matéria 1 Times); (10) Ele venceu explorando um profundo poço de ressentimento com o <i>status quo</i> no Brasil (matéria 3 Times); (11) ele [Bolsonaro] disse que prefere que seu filho morra a ser gay e que as mulheres não merecem o mesmo salário que os homens (matéria 3 Times); (12) Ele conseguiu se alinhar com as instituições nas quais os brasileiros ainda acreditam: religião, família e forças armadas (matéria 3 Times); (13) O apoio de última hora do influente lobby evangélico e líderes do agronegócio deu-lhe um impulso (matéria 3 Times).</p>
<p>CARÁTER AGRESSIVO</p>	<p>(1) Dono de retórica agressiva e colecionador de polêmicas que lhe valeram pechas (...) (matéria Folha 3).</p>	<p>(1) Parte do apelo de Bolsonaro está nas soluções extremas que ele propôs para amenizar a raiva e o medo da violência da população (matéria 3 Times); (2) Ele prometeu dar às forças policiais do Brasil, (...) uma autoridade ampliada para matar</p>

		suspeitos (matéria 3 Times); (3) [Bolsonaro] prometeu diminuir a idade da responsabilidade criminal, impor sentenças mais duras por crimes violentos e aliviar as restrições de posse de armas no Brasil para que os civis pudessem se proteger melhor (matéria 3 Times); (4) [Bolsonaro] prometeu restaurar a ordem em um país que sofre com o aumento da violência, facilitando o transporte de armas pelos civis e a polícia a matar criminosos (matéria 1 Times).
LÍDER POPULISTA	<p>(1) Bolsonaro confirma favoritismo e é o 42º presidente (matéria Folha 3); (2) [Haddad] nunca ameaçou a liderança do polêmico deputado (matéria Folha 3); (3) Transformou o hospital e, depois, sua casa no Rio em quartel general de onde gravava vídeos para a internet e recebia apoiadores (matéria Folha 3); (4) Diversos fatores concorrem para explicar o sucesso de Bolsonaro (matéria Folha 3); (5) Sua ascensão meteórica foi largamente ignorada pelo mundo político (matéria Folha 3); (6) a intenção de voto resiliente atrás de Lula o tornou foco de atenção (matéria Folha 3); (7) [Bolsonaro] Era recebido em aeroportos por pequenas multidões (matéria Folha 3); (8) [Bolsonaro] Ganhou a alcunha de "mito" (matéria Folha 3); (9) Bolsonaro começou a entusiasmar setores da economia mais próximos do sentimento popular na ponta, como pequenos empresários e donos de redes de varejo (matéria Folha 3); (10) (...) grande parte do conteúdo não é produzida pela campanha - vem de apoiadores (matéria Folha 2); (11) (...) apoiadores muito ativos, os quais contatam para que criem mais grupos e façam mais ações a favor do candidato (matéria Folha 2); (12) O candidato era carregado por apoiadores na rua (matéria Folha 1); (13) Bolsonaro está em primeiro lugar nas</p>	<p>(1) [Bolsonaro] implora a seus seguidores que o ajudem a "tornar o Brasil melhor" (matéria 2 Times); (2) (...) elegendo um populista estridente como presidente (matéria 3 Times); (3) Centenas de simpatizantes se reuniram do lado de fora da casa litorânea de Bolsonaro (matéria 3 Times); (4) Quando fogos de artifício dourados iluminaram o céu, eles cantaram "mito", ou lenda, em homenagem ao presidente eleito (matéria 3 Times); (5) os apoiadores criaram centenas de grupos para compartilhar memes, vídeos e mensagens (matéria 3 Times); (6) Jair Bolsonaro, o principal candidato nas eleições presidenciais do Brasil (matéria 1 Times); (7) Bolsonaro estava sendo carregado por apoiadores através de uma multidão de pessoas (matéria 1 Times); (8) [Bolsonaro] tem uma ampla liderança na disputa presidencial (matéria 1 Times); (9) Bolsonaro conquistou seguidores ferozmente leais (matéria 1 Times); (10) "Gosto do que Bolsonaro representa" (matéria 3 Times); (11) "Todo mundo nesta eleição é corrupto, exceto Bolsonaro" (matéria 3 Times).</p>

	pesquisas de intenção de voto (matéria Folha 1); (14) ele acaba chamando a atenção de milhares de pessoas e ele gosta de se aproximar de todo mundo (matéria Folha 1); (15) “Quem faz a campanha são os milhares de apoiadores voluntários espalhados em todo o Brasil” (matéria Folha 2).	
ANTIPETISTA	(1) O antipetismo encarnado pelo deputado transformou os partidos conservadores tradicionais numa terra arrasada (matéria Folha 3); (2) No ano seguinte a Operação Lava Jato, [Bolsonaro] entrou no cenário político, varrendo o PT e aliados (matéria Folha 3); (3) Se a negação ao petismo já era uma forma de protesto contra o sistema político como um todo, ela acabou creditada na conta de Bolsonaro (matéria Folha 3);(4) As empresas apoiando o candidato Jair Bolsonaro (PSL) compram um serviço chamado de “disparo em massa” [contra o PT] (matéria Folha 2).	(1) ele [Bolsonaro] emitiu uma ameaça aos membros do Partido dos Trabalhadores (...) (matéria 3 Times).

Fonte: a autora

As matérias analisadas reúnem vários valores-notícia (TRAQUINA, 2013), o que fortalece seu caráter noticioso. Entre eles, destacam-se os critérios: escândalo (como a matéria divulgada pela Folha, denunciando os grupos de *WhatsApp* a favor de Bolsonaro, que difundiam *fake news* e desinformação), inesperado (quando o candidato foi atacado com uma faca durante ato de sua campanha), notoriedade (figuras políticas em ascensão ou em posição de favoritismo em uma disputa presidencial, como Jair Bolsonaro, são notícias por si só), proximidade (como a Folha, um veículo brasileiro, noticia uma eleição para presidente do Brasil), relevância (enquanto fato que representa impacto na vida da população, como as eleições), e conflito (por haver uma disputa, no caso, à eleição presidencial).

Nas coberturas analisadas no jornal The New York Times, identificamos um valor-notícia à parte, atuando dentro do conceito de jornalismo internacional (NATALI, 2007). As matérias analisadas possuem prioridade no veículo norte-americano, por tratarem de questões políticas relevantes, como uma eleição presidencial que representava uma mudança histórica para a extrema direita no Brasil. Além disso,



poucos anos antes, em 2016, os Estados Unidos haviam acabado de viver um processo semelhante, com a candidatura do então presidente Donald Trump. Ambos ficaram popularmente conhecidos por seus posicionamentos e discursos antidemocráticos, além de campanhas marcadas pela disseminação de *fake news*.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante da maior polarização política da história do Brasil, da crise sem precedentes que atingiu os partidos políticos tradicionais, de investigações e prisões feitas pela Operação Lava Jato - entre elas a do ex presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT) -, Jair Bolsonaro foi o primeiro presidente popular da extrema direita brasileira eleito através do voto direto. Ao trazer um projeto de pesquisa que discute o enquadramento dado a um dos processos políticos mais imprescindíveis para a manutenção democrática - como a eleição presidencial -, busca-se analisar e comparar a construção da imagem pública do candidato na imprensa nacional e internacional - no caso específico deste trabalho, nos jornais Folha de São Paulo e The New York Times.

Os objetivos específicos desta pesquisa são: 1) Refletir sobre a relação entre jornalismo, informação e opinião pública; 2) Analisar a cobertura dos jornais Folha e Times sobre a candidatura de Jair Bolsonaro a partir de seus principais acontecimentos; 3) Comparar as matérias selecionadas, identificando semelhanças e diferenças quanto à imagem de Bolsonaro. Para atingir esses objetivos, foram selecionadas reportagens relativas a três acontecimentos de grande relevância, que marcaram o período eleitoral (entre os dias 06 de setembro à 29 de outubro de 2018) e a campanha do então candidato:

- 1) 6 de setembro de 2018: Bolsonaro leva facada durante ato de campanha em Juiz de Fora;
- 2) 28 de setembro de 2018: Grupos de *WhatsApp* a favor de Bolsonaro, que disseminavam *fake news* durante a campanha, são revelados pelo jornal Folha de São Paulo;
- 3) 28 de outubro de 2018: Com 55,13% dos votos, Bolsonaro é eleito o novo presidente da República.

A estrutura desta monografia é dividida em introdução, três capítulos de desenvolvimento e considerações finais. Após o primeiro capítulo introdutório de apresentação ao tema, o capítulo II aborda conceitos básicos e tão caros ao jornalismo, como valor-notícia, opinião pública e *fake news*, e jornalismo internacional.

O capítulo III busca contar a história dos três principais agentes aqui estudados e o contexto em que estão inseridos. A começar pelo histórico político e as características de Jair Bolsonaro, além do aprofundamento da contextualização acerca dos jornais Folha de São Paulo e The New York Times. O capítulo IV é destinado às metodologias empregadas no estudo (análise de conteúdo e comparativa), a seleção do *corpus* e o resultado da análise e comparação das matérias selecionadas. O presente capítulo é responsável pelas conclusões e considerações finais do trabalho.

A mídia tradicionalmente atua através do adestramento da subjetividade, por meio do processo de espetacularização<sup>52</sup>, em busca de grandes audiências. Ao longo das eleições de 2018, o personagem Jair Bolsonaro mostrou-se protagonista de inúmeras polêmicas, rixas com jornalistas, reprodução de *fake news*, discursos de ódio contra minorias, além de ter sofrido um atentado durante ato de sua campanha. Todos os seus passos tiveram uma cuidadosa cobertura jornalística, que a todo momento buscava registrar a próxima “aberração” de Bolsonaro. Os resultados apresentados nesta pesquisa refletem um recorte, diante da amplitude dos veículos de comunicação de massa no Brasil e no mundo.

Nota-se uma disputa acirrada entre o candidato à presidência e a grande imprensa nacional e internacional, na qual ambos tentam trazer para si o domínio e articulação com o público. O político precisava convencê-los de que era a melhor opção para o Brasil e utilizava de ferramentas de aproximação virtuais para isso, como seu perfil no *Facebook*, *Twitter* e grupos de apoiadores no *WhatsApp*, uma vez que seus oito segundos em rede aberta de televisão passaram praticamente despercebidos durante a campanha. Em contra partida, a mídia articulou-se para construir uma realidade com base na imagem pública do ex militar, em suas falas, posicionamentos, propostas e histórico político. A imprensa não escondeu a antipatia por Bolsonaro, apoiando-se em sua própria campanha, que denunciava a incapacidade de atuar na linha de frente do país.

Com esta monografia, foi possível chegar a algumas conclusões relevantes acerca da cobertura dos jornais Folha de São Paulo e The New York Times sobre Jair Bolsonaro durante a eleição presidencial, e responder às perguntas propostas no

---

<sup>52</sup> Conceito presente no livro *A sociedade do espetáculo* (1967), de Guy Debord.

início da pesquisa. Esta produção não visa questionar a legitimidade de nenhum dos dois veículos, apenas identificar e comparar a construção da imagem pública do candidato na mídia. Desse modo, confirmou-se que o noticiário negativo prevaleceu durante a eleição. Apesar do favoritismo do parlamentar ter se mostrado evidente em ambos os jornais, com a categoria denominada “líder populista”, as demais categorias identificadas no corpus a partir da análise proposta evidenciam as seguintes características negativas do ex deputado, aos “olhos” da imprensa: Fascista; Caráter agressivo; Líder populista e Antipetista.

Com relação às diferenças, foi possível perceber que no caso do Times a incidência de adjetivos pejorativos e de categorias negativas foram maiores. A Folha, por sua vez, procura utilizar de exemplos e pequenas narrativas para dar suporte a construção da imagem pública de Bolsonaro, na maior parte das vezes. Ainda assim, podemos afirmar que os pontos convergentes entre as coberturas são mais frequentes e relevantes que os divergentes. Ou seja, as semelhanças entre os dois jornais foi o grande destaque da pesquisa, uma vez que as mídias nacional e internacional mostram consenso na representação do político.

Para executar o papel de informar o cidadão, a imprensa utiliza de princípios de subjetividade ao selecionar o fato que será noticiado. Assim, aquilo e como ela noticia não é mais uma simples notícia, mas uma informação carregada de valores. A perda gradual da credibilidade jornalística e sua indigesta relação com Bolsonaro, desencadeou ainda mais a popularidade do ex deputado. Observa-se que a medida que os veículos tradicionais de notícia falavam sobre o político e sua notável falta de competência para assumir o cargo de Presidente da República, mais seguidores fanáticos e adeptos ao “mito” eram conquistados. A mídia, que atua de forma fiscalizadora, ressoou tantas críticas (justas e pertinentes, devemos frisar), que evidenciou o sentimento de “antipolítico” do candidato, facilmente abraçado pelos brasileiros fragilizados com os últimos escândalos de corrupção.

Esta pesquisa não se aprofundou neste tema, mas em análises futuras e com o devido financiamento, creio que seria extremamente enriquecedor a discussão sobre a influência da mídia no processo político e na opinião pública em geral. Afinal, assim como todas as pesquisas, esta teve limitações. A análise foi feita somente em matérias noticiosas, não sendo possível aprofundar em materiais que poderiam ter

sido encontrados em editoriais, colunas e cadernos políticos. Além disso, o estudo limitou-se às publicações online dos jornais, excluindo outras mídias como rádio, TV, revistas e portais de notícia. Em trabalhos futuros, cabe ainda uma discussão sobre o papel do jornalismo na ambientação do *Twitter*. Seu frequente uso por figuras públicas distancia o papel de mediador do jornalista, e as muitas possibilidades de narrativas ali expostas, carecem de investigações mais profundas.

Espera-se que os resultados deste trabalho, que teve por intuito enriquecer o debate sobre a interface mídia e política, tenham contribuído para o melhor entendimento das coberturas durante as eleições presidenciais brasileiras, e que novas pesquisas relacionadas ao tema possam surgir. O aprofundamento prático e teórico realizado nesta monografia foi capaz de esboçar as bases para que futuros estudos possam ser produzidos. Questões mais complexas surgem a partir desta, e necessitam de tempo e distanciamento para serem devidamente desenvolvidas.

## REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, Afonso de. **As Três Faces do Quarto Poder**. XVIII Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Belo Horizonte, COMPÓS, 2009.

ALLCOTT, Hunt; GENTZKOW, Matthew. **Social Media and Fake News in the 2016 Election**. Journal of Economic Perspectives, Volume 31, Number 2, Spring 2017, Pages 211–236. In: SEIBT, Taís. **Jornalismo de verificação como tipo ideal: a prática do fact-checking no Brasil**. [Tese de doutorado, Universidade Federal do Rio Grande do Sul]. Lume - Repositório digital. 2019. Disponível em: [www.lume.ufrgs.br/handle/10183/193359](http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/193359). Acesso em: 01 out. 2020.

ALVES, Maria Helena Moreira. **Estado e oposição no Brasil: (1964-1985)**. 2ª. ed. Bauru: Edusc, 2005.

ASSIS, Ana Luiza Fonseca Guimarães; GOMES, Ana Carolina. **O papel do jornalismo internacional na atualidade: Uma análise da cobertura internacional do jornal Folha de S. Paulo sobre o Governo Trump**. XXIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste. Universidade Federal de São João del-Rei, MG. 2018. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/sudeste2018/resumos/R63-0795-1.pdf>. Acesso em: 05 mai. 2020.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Ed. 70, 2011.

BERGÁRIA, Héveny Barbosa; CINTRA, Kênia de Andrade; NASCIMENTO, Talita Pereira. **Folha de São Paulo: uma análise do discurso jornalístico nos suportes internet e jornal impresso**. Revista Eletrônica de Letras (Online), v.7 , n.7, edição 7, jan-dez 2014.

CANAVILHAS, João (org). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: UBI, LabCom, Livros LabCom, 2014. Disponível em: [https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/4336/1/LIVRO\\_Webjornalismo\\_7.pdf](https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/4336/1/LIVRO_Webjornalismo_7.pdf). Acesso em: 10 jun. 2020.

DIBAI, Priscila. **A direita radical no Brasil pós-redemocratização: o caso de Jair Bolsonaro**. 2018. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Departamento de Ciência Política, Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, UFBA, Salvador, 2018.

FILHO, Ciro Marcondes. **O capital da notícia: jornalismo como produção social de segunda natureza**. São Paulo: Ática, 1989.

GOMES, Wilson. **Transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004.

GONÇALVES, Isabella. **O golpe pelo olhar estrangeiro: a cobertura do New York Times sobre a ditadura militar no Brasil, em 1964**. UFJF/Minas Gerais, 2018.

HERSCOVITZ, Heloiza. **Análise de conteúdo em jornalismo**. In: LAGO, Claudia; BENETTI, Márcia. **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, p.123-142, 2007.

KOVACH, B.; ROSENSTIEL, T. **The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and The Public Should Expect**. 1st rev ed. New York: Three Rivers Press, 2007. In: RECUERO, Raquel; GRUZD, Anatoliy. **Cascata de fake news política: um estudo de caso no twitter**. Galáxia (São Paulo) [online]. 2019, n.41. 2019. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/1982-25542019239035>. Acesso em: 20 dez. 2019.

MCPHERSON, M.; SMITH-LOVIN, L.; COOK, J. M. **Birds of a feather: Homophily in social networks**. Annual Review of Sociology, 2001. In: PRODANOV, Cleber Cristiano; DE FREITAS, Ernani Cesar. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. Editora Feevale, 2013.

MENESES, João Paulo. **Sobre a necessidade de conceptualizar o fenómeno das fake news**. Observatório da Comunicação. 2018. p. 37-53. [online]. Disponível em: <http://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/viewFile/1376/pdf>.

NATALI, João Batista. **Jornalismo Internacional**. São Paulo: Editora Contexto, 2004.

PINTO, Celi Regina Jardim. **A nova direita em estado puro**. UFRGS. Porto Alegre, RS. Vol. 20, n. 197 (dez. 2016), p. 10. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/159390>.

PRODANOV, Cleber Cristiano; DE FREITAS, Ernani Cesar. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. Editora Feevale, 2013.

PEUCER, Tobias. Os relatos jornalísticos. **Estudo em Jornalismo e Mídia**. São Bernardo do Campo. v. 1, n. 2. 2004;

RECUERO, Raquel; GRUZD, Anatoliy. **Cascata de fake news política: um estudo de caso no twitter**. Galáxia (São Paulo) [online]. 2019, n.41. 2019. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/1982-25542019239035>. Acesso em: 20 dez. 2019.

SCHNEIDER, Sergio; SCHIMITT, Cláudia Job. **O uso do método comparativo nas Ciências Sociais**. Cadernos de Sociologia, Porto Alegre, v. 9, p. 49-87, 1998.

SEIBT, Taís. **Jornalismo de verificação como tipo ideal: a prática do fact-checking no Brasil**. [Tese de doutorado, Universidade Federal do Rio Grande do Sul]. Lume - Repositório digital. 2019. Disponível em: [www.lume.ufrgs.br/handle/10183/193359](http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/193359). Acesso em: 01 out. 2020.

SILVA, Marcos Paulo da. **Perspectivas históricas da análise da noticiabilidade**. In: Silva G, Silva MP, Fernandes ML. **Crêterios de noticiabilidade: problemas conceituais e aplicações**. Florianópolis: Insular; 2014.

TALESE, Gay. **O Reino e o Poder**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

TRAQUINA, Nelson. **O que é Jornalismo**. Lisboa, Portugal: Quimera. 2002.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo: a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional**. Florianópolis: Insular; 2013. v. 2.

VIANA, Bruno César Brito; LIMA, Maria Érica de Oliveira. **The New York Times: notícias que fazem história**. Revista temática Insite. Ano VII, n. 02 – Fevereiro/2011

VIANA, Bruno César Brito; LIMA, Maria Érica de Oliveira. **Além das fronteiras: uma breve reflexão sobre a trajetória do Jornalismo Internacional**. Cultura Midiática: Revista de Pós Graduação em Comunicação da Universidade Federal da Paraíba. 2012. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2012/resumos/R32-1606-1.pdf> Acesso em: 05 mai. 2020.

WEBER, Carolina Teixeira. **Gatekeeper e gatwatching: repensando a função de selecionador no webjornalismo**. In: Intercom Sul, 2010, Novo Hamburgo. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2010/resumos/R20-0493-1.pdf>. 05 mai. 2020.

WHITE, David Manning. **The Gate-keeper Le sélectionneur: étude sur la selection des nouvelles**. In: BALLE, F. e PADIOLEU, J.C. (orgs.). **Sociologie de l'information**. Paris:

Larousse, pg. 203-214. In: WEBER, Carolina Teixeira. **Gatekeeper e gatwatching: repensando a função de selecionador no webjornalismo**. In: Intercom Sul, 2010, Novo Hamburgo. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2010/resumos/R20-0493-1.pdf>. Acesso em: 10 mai. 2020.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação de massa**. São Paulo: Martins Fontes; 1987.



## ANEXO A – “BOLSONARO LEVA FACADA DURANTE ATO DE CAMPANHA EM JUIZ DE FORA

24/10/2020

Bolsonaro leva facada durante ato de campanha em Juiz de Fora - 06/09/2018 - Poder - Folha

### FOLHA DE S.PAULO

ELEIÇÕES 2018 ([HTTPS://WWW1.FOLHA.UOL.COM.BR/PODER/ELEICOES/2018](https://www1.folha.uol.com.br/poder/eleicoes/2018))

#### Bolsonaro leva facada durante ato de campanha em Juiz de Fora

O homem que esfaqueou o presidenciável foi detido; o candidato passa por cirurgia

6.set.2018 às 16h27

Atualizado: 6.set.2018 às 18h09

 EDIÇÃO IMPRESSA (<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/fac-simile/2018/09/07/>)**SÃO PAULO e JUIZ DE FORA (MG)** O presidenciável Jair Bolsonaro (PSL)

(<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/09/pesquisa-ibope-mostra-bolsonaro-na-frente-e-empate-tecnico-triplo-no-2o-lugar.shtml>) foi esfaqueado na tarde desta quinta-feira (6) em ato de campanha na cidade de Juiz de Fora, na zona da mata de Minas Gerais, segundo a Polícia Militar do estado.



O candidato do PSL à Presidência, Jair Bolsonaro, após ser esfaqueado - Reprodução

O candidato era carregado por apoiadores na rua Halfeld, centro na cidade, quando foi atingido por um homem com uma faca. Depois do ataque, Bolsonaro foi retirado do local e levado à Santa Casa.

A unidade de saúde confirmou que o candidato sofreu uma perfuração na altura do abdômen. Bolsonaro passou por um ultrassom e foi encaminhado para o centro cirúrgico. O estado de saúde é estável.

A Santa Casa afirma que publicará informações mais detalhadas sobre o estado de saúde em um boletim médico.

Seu filho Flávio, candidato ao Senado pelo PSL do Rio, disse no Twitter inicialmente que o corte foi superficial e, duas horas depois, corrigiu. "Infelizmente foi mais grave que esperávamos. A perfuração atingiu parte do fígado, do pulmão e da alça do intestino. Perdeu muito sangue, chegou no hospital com pressão de 10/3, quase morto... Seu estado agora parece estabilizado. Orem, por favor!".

A PM informa que um suspeito de ser o esfaqueador foi detido e levado à delegacia da Polícia Federal da cidade. Ele se chama, segundo a Polícia

Militar, Adélio Bispo de Oliveira, tem 40 anos e é de Montes Claros, no norte de Minas.

A Polícia Federal informou que abrirá inquérito para apurar o ataque ao candidato. O órgão explicou que o presidencialista teve um ferimento superficial.

Bolsonaro está em primeiro lugar nas pesquisas de intenção de voto, com 22%, segundo pesquisa Ibope divulgada nesta quarta-feira (5).

O presidente nacional do PSL, Gustavo Bebianno, disse à **Folha** que “agora é guerra” ao ser questionado sobre o ataque ao presidencialista.

Bebianno é o braço-direito de Bolsonaro e tem acompanhado todas as agendas do candidato.

Coordenador da campanha de Bolsonaro em São Paulo, o deputado Major Olímpio (PSL) diz que a segurança do presidencialista não poderia ser melhor e que a facada não deve mudar os procedimentos adotados atualmente para protegê-lo.

"Temos toda a cautela do mundo com os eventos do Bolsonaro. Eu participo e a Polícia Federal disponibiliza a segurança para ele o tempo todo, 24 horas por dia com ele, principalmente em ambientes públicos. Mas logicamente, como ele acaba chamando a atenção de milhares de pessoas e ele gosta de se aproximar de todo mundo, isso aumenta a vulnerabilidade."

#### ENDEREÇO DA PÁGINA

<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/09/bolsonaro-leva-facada-durante-ato-de-campanha-em-juiz-de-fora.shtml>

## ANEXO B – “EMPRESÁRIOS BANCAM CAMPANHA CONTRA O PT PELO WHATSAPP”

24/10/2020

Empresários bancam campanha contra o PT pelo WhatsApp - 18/10/2018 - Poder - Folha

### FOLHA DE S.PAULO

ELEIÇÕES 2018 ([HTTPS://WWW1.FOLHA.UOL.COM.BR/PODER/ELEICOES/2018](https://www1.folha.uol.com.br/poder/eleicoes/2018))

## Empresários bancam campanha contra o PT pelo WhatsApp

Com contratos de R\$ 12 milhões, prática viola a lei por ser doação não declarada

18.out.2018 às 2h00

 EDIÇÃO IMPRESSA (<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/fac-simile/2018/10/18/>)

### Patrícia Campos Mello

**SÃO PAULO** Empresas estão comprando pacotes de disparos em massa de mensagens contra o PT no WhatsApp (<https://www1.folha.uol.com.br/opiniao/2018/10/como-o-whatsapp-combate-a-desinformacao-no-brasil.shtml>) e preparam uma grande operação na semana anterior ao segundo turno.

A prática é ilegal, pois se trata de doação de campanha (<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/09/candidatos-doaram-r-158-milhoes-as-proprias-campanhas.shtml>) por empresas, vedada pela legislação eleitoral, e não declarada.

A **Folha** apurou que cada contrato chega a R\$ 12 milhões e, entre as empresas compradoras, está a Havan (<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/dono-da-havan-nega-que-tenha-coagido-funcionarios-para-voto-em-bolsonaro.shtml>). Os contratos são para disparos de centenas de milhões de mensagens.



Logotipo do aplicativo WhatsApp - Reuters

As empresas apoiando o candidato Jair Bolsonaro (PSL) compram um serviço chamado "disparo em massa", usando a base de usuários do próprio candidato (<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/jair-bolsonaro-propos-projeto-favoravel-ao-whatsapp.shtml>) ou bases vendidas por agências de estratégia digital. Isso também é ilegal, pois a legislação eleitoral proíbe compra de base de terceiros, só permitindo o uso das listas de apoiadores do próprio candidato (números cedidos de forma voluntária).

Quando usam bases de terceiros, essas agências oferecem segmentação por região geográfica e, às vezes, por renda. Enviam ao cliente relatórios de entrega contendo data, hora e conteúdo disparado.

Entre as agências prestando esse tipo de serviços estão a Quickmobile, a Yacows, Croc Services e SMS Market.

Os preços variam de R\$ 0,08 a R\$ 0,12 por disparo de mensagem para a base própria do candidato e de R\$ 0,30 a R\$ 0,40 quando a base é fornecida pela agência.

As bases de usuários muitas vezes são fornecidas ilegalmente por empresas de cobrança ou por funcionários de empresas telefônicas.

Empresas investigadas pela reportagem afirmaram não poder aceitar pedidos antes do dia 28 de outubro, data da eleição, afirmando ter serviços enormes de disparos de WhatsApp na semana anterior ao segundo turno comprados por empresas privadas.

Questionado se fez disparo em massa, Luciano

(<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/09/quanto-mais-eu-malho-o-pt-mais-eu-vendo-diz-dono-de-rede-que-apoia-bolsonaro.shtml>) Hang (<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/09/quanto-mais-eu-malho-o-pt-mais-eu-vendo-diz-dono-de-rede-que-apoia-bolsonaro.shtml>), dono da Havan (<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/justica-proibe-dono-da-havan-de-realizar-atos-politicos-com-funcionarios-e-compara-a-voto-de-cabresto.shtml>), disse que não sabe "o que é isso". "Não temos essa necessidade. Fiz uma 'live' aqui agora. Não está impulsionada e já deu 1,3 milhão de pessoas. Qual é a necessidade de impulsionar? Digamos que eu tenha 2.000 amigos. Mando para meus amigos e viraliza."

Procurado, o sócio da QuickMobile, Peterson Rosa, afirma que a empresa não está atuando na política neste ano e que seu foco é apenas a mídia corporativa. Ele nega ter fechado contrato com empresas para disparo de conteúdo político.

Richard Papadimitriou, da Yacows, afirmou que não iria se manifestar. A SMS Market não respondeu aos pedidos de entrevista.

Na prestação de contas do candidato Jair Bolsonaro (PSL)

(<https://www1.folha.uol.com.br/poder/eleicoes/2018/presidente/jair-bolsonaro-280000614517.shtml>), consta apenas a empresa AM4 Brasil Inteligência Digital, como tendo recebido R\$ 115 mil para mídias digitais.

Segundo Marcos Aurélio Carvalho, um dos donos da empresa, a AM4 tem apenas 20 pessoas trabalhando na campanha. "Quem faz a campanha são os milhares de apoiadores voluntários espalhados em todo o Brasil. Os grupos são criados e nutridos organicamente", diz.

Ele afirma que a AM4 mantém apenas grupos de WhatsApp para denúncias de fake (<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/presidente-do-tse-pede-a-bolsonaro-e-haddad-tres-medidas-contra-fake-news.shtml>) NEWS (<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/presidente-do-tse-pede-a-bolsonaro-e-haddad-tres-medidas-contra-fake-news.shtml>)

[haddad-tres-medidas-contra-fake-news.shtml](#)), listas de transmissão e grupos estaduais chamados comitês de conteúdo.

No entanto, a **Folha** apurou com ex-funcionários e clientes que o serviço da AM4 não se restringe a isso.

Uma das ferramentas usadas pela campanha de Bolsonaro é a geração de números estrangeiros automaticamente por sites como o TextNow.

Funcionários e voluntários dispõem de dezenas de números assim, que usam para administrar grupos ou participar deles. Com códigos de área de outros países, esses administradores escapam dos filtros de spam e das limitações impostas pelo WhatsApp —o máximo de 256 participantes em cada grupo e o repasse automático de uma mesma mensagem para até 20 pessoas ou grupos.

Os mesmos administradores também usam algoritmos que segmentam os membros dos grupos entre apoiadores, detratores e neutros, e, desta maneira, conseguem customizar de forma mais eficiente o tipo de conteúdo que enviam.

Grande parte do conteúdo não é produzida pela campanha —vem de apoiadores.

Os administradores de grupos bolsonaristas também identificam "influenciadores": apoiadores muito ativos, os quais contatam para que criem mais grupos e façam mais ações a favor do candidato. A prática não é ilegal.

Não há indício de que a AM4 tenha fechado contratos para disparo em massa; Carvalho nega que sua empresa faça segmentação de usuários ou ajuste de conteúdo.

As estimativas de pessoas que trabalham no setor sobre o número de grupos de WhatsApp anti-PT são muito vagas —vão de 20 mil a 300 mil— pois é impossível calcular os grupos fechados.

**Diogo Rais** (<https://www1.folha.uol.com.br/colunas/diogo-rais/>), professor de direito eleitoral da Universidade Mackenzie, diz que a compra de serviços de disparo de

WhatsApp por empresas para favorecer um candidato configura doação não declarada de campanha, o que é vedado.

Ele não comenta casos específicos, mas lembra que dessa forma pode-se incorrer no crime de abuso de poder econômico e, se julgado que a ação influenciou a eleição, levar à cassação da chapa.

### **EM MG, ROMEU ZEMA CONTRATOU EMPRESA DE IMPULSIONAMENTO**

O candidato ao governo de Minas do partido Novo, Romeu

<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/surpresa-na-eleicao-de-mg-zema-se-diz-anti-pt-e-aguarda-partido-sobre-apoio-a-bolsonaro.shtml>) Zema (<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/surpresa-na-eleicao-de-mg-zema-se-diz-anti-pt-e-aguarda-partido-sobre-apoio-a-bolsonaro.shtml>), declarou ao Tribunal Superior Eleitoral pagamento de R\$ 200 mil à Croc Services por impulsionamento de conteúdos. O diretório estadual do partido em Minas gastou R\$ 165 mil com a empresa.

A **Folha** teve acesso a propostas e trocas de email da empresa com algumas campanhas oferecendo disparos em massa usando base de dados de terceiros, o que é ilegal.

Indagado pela **Folha**, Pedro Freitas, sócio-diretor da Croc Services, afirmou: "Quem tem de saber da legislação eleitoral é o candidato, não sou eu."

Depois, recuou e disse que não sabia se sua empresa prestara serviço para Zema. Posteriormente, enviou mensagem afirmando que conferiu seus registros e que vendera pacotes de disparo em massa de WhatsApp, mas só a bases do próprio candidato, filiados ao partido e apoiadores de Zema —o que é legal.

Procurada, a campanha afirmou que "contratou serviço de envio de mensagem somente por WhatsApp para envio aos filiados do partido, pessoas cadastradas pelo website e ações de mobilização de apoiadores".

A **Folha** apurou que eleitores em Minas receberam mensagens em WhatsApp vinculando o voto em Zema ao voto em Jair

<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/surpresa-no-2o-turno-de-mg-zema-surfa-em-bolsonaro-e-ja-ameaca>



24/10/2020

Empresários bancam campanha contra o PT pelo WhatsApp - 18/10/2018 - Poder - Folha

[deputados.shtml](https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/surpresa-no-2o-turmo-de-mg-zema-surfada-deputados.shtml) **Bolsonaro** (<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/surpresa-no-2o-turmo-de-mg-zema-surfada-deputados.shtml>) dias antes do primeiro turno. Zema, que estava em terceiro nas pesquisas, terminou em primeiro.

Colaboraram Joana Cunha e Wálter Nunes

### **sua assinatura vale muito**

Mais de 180 reportagens e análises publicadas a cada dia. Um time com mais de 120 colunistas. Um jornalismo profissional que fiscaliza o poder público, veicula notícias proveitosas e inspiradoras, faz contraponto à intolerância das redes sociais e traça uma linha clara entre verdade e mentira. Quanto custa ajudar a produzir esse conteúdo?

ASSINE A FOLHA ([HTTPS://LOGIN.FOLHA.COM.BR/ASSINATURA/390510?](https://login.folha.com.br/assinatura/390510?utm_source=MATERIA&utm_medium=TEXTOFINAL&utm_campaign=ASSINETEXTOCURTO)

[UTM\\_SOURCE=MATERIA&UTM\\_MEDIUM=TEXTOFINAL&UTM\\_CAMPAGN=ASSINETEXTOCURTO](https://login.folha.com.br/assinatura/390510?utm_source=MATERIA&utm_medium=TEXTOFINAL&utm_campaign=ASSINETEXTOCURTO))

### ENDEREÇO DA PÁGINA

<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/empresarios-bancam-campanha-contra-o-pt-pelo-whatsapp.shtml>

[https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/empresarios-bancam-campanha-contra-o-pt-pelo-whatsapp.shtml?utm\\_source=twitter&utm\\_medium=social&utm\\_campaign=ASSINETEXTOCURTO](https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/empresarios-bancam-campanha-contra-o-pt-pelo-whatsapp.shtml?utm_source=twitter&utm_medium=social&utm_campaign=ASSINETEXTOCURTO) 6/6

Fonte: Folha de São Paulo, 18/10/2018

## ANEXO C – “BOLSONARO CONFIRMA FAVORITISMO E É O 42º PRESIDENTE”

24/10/2020

Bolsonaro confirma favoritismo e é o 42º presidente - 28/10/2018 - Poder - Folha

### FOLHA DE S.PAULO

ELEIÇÕES 2018 ([HTTPS://WWW1.FOLHAUOL.COM.BR/PODER/ELEICOES/2018](https://www1.folha.uol.com.br/poder/eleicoes/2018))PESQUISAS ELEITORAIS ([HTTPS://WWW1.FOLHA.UOL.COM.BR/ESPECIAL/2018/PESQUISAS-ELEITORAIS](https://www1.folha.uol.com.br/especial/2018/pesquisas-eleitorais))

## Bolsonaro confirma favoritismo e é o 42º presidente

Capitão reformado do Exército, 63, é o 16º militar a ocupar o cargo, 3º eleito pelo voto direto

28.out.2018 às 19h02

Atualizado: 28.out.2018 às 23h37

### Igor Gielow

**SÃO PAULO** Jair Messias (<https://www1.folha.uol.com.br/folha-topicos/jair-bolsonaro/>) **Bolsonaro**

(<https://www1.folha.uol.com.br/folha-topicos/jair-bolsonaro/>), 63, é o novo presidente do Brasil —o 42º da história e o 8º desde o fim do regime militar (1964-85) que ele admira e cujo caráter ditatorial relativiza.

O deputado do PSL-RJ derrotou neste domingo (28) o ex-prefeito paulistano Fernando Haddad, do PT.



Jair Bolsonaro, do PSL, o presidente eleito do Brasil, acena após votar no Rio - Li Ming/Xinhua

Bolsonaro liderou a mais surpreendente disputa eleitoral desde o pleito de 1989 a partir de agosto, quando o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT), preso (<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/04/lula-e-presos.shtml>) desde abril por corrupção, foi declarado inelegível.

Haddad, plano B do PT que ocupava estrategicamente a vice de Lula antes de ser lançado candidato, conseguiu chegar ao segundo turno, mas nunca ameaçou a liderança do polêmico deputado.

Ele será o 16º presidente militar da história e o 3º a chegar ao poder pelo voto direto. Os outros foram Hermes da Fonseca, em 1910, e Eurico Gaspar Dutra, em 1945.

Dono de retórica agressiva e colecionador de polêmicas que lhe valeram pechas que vão de radical a fascista, é o primeiro eleito desde Fernando Collor (<https://www1.folha.uol.com.br/folha-topicos/fernando-collor/index.shtml>) (1989) a se declarar

abertamente de direita.

Suas credenciais democráticas são questionadas constantemente, uma novidade em pleitos presidenciais também desde Collor. Há uma semana, disse que seus adversários deveriam ser presos ou exilados, enquanto vídeo no qual seu filho Eduardo citava ser fácil fechar o Supremo Tribunal Federal (<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/basta-um-soldado-e-um-cabo-para-fechar-stf-disse-filho-de-bolsonaro-em-video.shtml>) em caso de questionamento de uma vitória do pai circulava.

A campanha teve diversos ineditismos. O mais notável foi o atentado a faca que Bolsonaro sofreu (<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/09/bolsonaro-leva-facada-durante-ato-de-campanha-em-juiz-de-fora.shtml>) durante um ato em Juiz de Fora (MG), no dia 6 de setembro.

Atingido no intestino, o deputado quase morreu e ficou fora da campanha de rua até o fim da disputa.

Transformou o hospital e, depois, sua casa no Rio em quartel-general de onde gravava vídeos para a internet e recebia apoiadores.

A facada desorganizou a estratégia de seus adversários e permitiu a Bolsonaro não se submeter ao escrutínio de debates televisivos —participou apenas de dois deles no primeiro turno, antes do atentado, e preferiu ignorar o confronto com Haddad mesmo estando em condições clínicas na segunda etapa.

A derrota petista é danosa ao partido de Lula, que de todo modo logrou chegar ao segundo turno e elegeu a maior bancada (<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/pt-perde-15-mi-de-eleitores-mas-segue-o-partido-mais-votado.shtml>) na fragmentada Câmara dos Deputados. Comandando o eleitorado nordestino e mantendo cidadelas na região e no Congresso, o partido está logrou um triunfo relativo após anos de crise.

A eleição foi também um plebiscito sobre o legado do ex-presidente. Haddad era Lula, como dizia a propaganda petista no primeiro turno, convenientemente alterada para uma ideia fracassada de “Frente Democrática” para a disputa deste domingo.

Bolsonaro quebra uma série de quatro vitórias presidenciais petistas. Mais que isso, encimou um tsunami de direita na eleição, com a expulsão de diversos nomes da esquerda e da política tradicional do Legislativo e também com a ascensão de nomes novos nas disputas por governos de estado.

O antipetismo encarnado pelo deputado transformou os partidos conservadores tradicionais numa terra arrasada. O PSDB, que havia amealhado metade do eleitorado em 2014 e perdido por pouco para o PT, foi praticamente extinto em sua encarnação atual.

Diversos fatores concorrem para explicar o sucesso de Bolsonaro. Sua raiz está nos protestos de rua de 2013, quando o sentimento “contra todos” tomou conta do país e derrubou a aprovação dos principais governantes.

No ano seguinte, a Operação Lava Jato (<http://arte.folha.uol.com.br/poder/operacao-lava-jato/>) entrou no cenário político, varrendo o PT e aliados antes de chegar ao próprio PSDB.

Em 2016, a recessão comandada por Dilma Rousseff (PT) deu condições políticas para o seu impeachment, e após um sucesso parlamentar inicial, o governo sucessor de Michel Temer (MDB) afundou-se em uma crise política e ética sem fim.

A derrocada de Temer deu oxigênio ao PT, agarrado no discurso de que fora vítima de um golpe.

Ao fim, contudo, Haddad não soube criar um fio narrativo coeso para driblar a acusação de leniência com os erros e alienou aliados em potencial —como Ciro Gomes (<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/por-2022-ciro-nao-anuncia-voto-em-haddad.shtml>) (PDT), que saiu em terceiro lugar no primeiro turno e recusou declarar voto no petista.

Se a negação ao petismo já era uma forma de protesto contra o sistema

político como um todo, ela acabou creditada na conta de Bolsonaro, e não na de figuras tradicionais.

Sua ascensão meteórica foi largamente ignorada pelo mundo político até o fim do ano passado, quando a intenção de voto resiliente atrás de Lula o tornou foco de atenção.

Mas Bolsonaro estava na rua desde 2014. Ou melhor: estava na nuvem, no mundo virtual em que montou uma eficaz e bastante contestada estratégia de promoção.

O uso intensivo de multiplicação de mensagens por meio do aplicativo WhatsApp e a adesão ao recurso de comunicação direta por meio de redes sociais foram importados dos EUA —não por acaso, Bolsonaro se diz grande fã do presidente Donald Trump.

Assim como o americano, ele é acusado de disseminar fake news e desinformação, o que nega. **Como a Folha mostrou**

<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/empresarios-bancam-campanha-contra-o-pt-pelo-whatsapp.shtml>) Na

semana passada, o impulsionamento de mensagens negativas ao PT foi comprado por empresários —Justiça Eleitoral e Polícia Federal investigam se houve crime e ligação com a campanha de Bolsonaro, uma sombra que irá acompanhar o novo presidente.

O deputado, por sua vez, só dobrou a aposta ao criticar o jornal —e processar seus profissionais— e a mídia em geral. Promete rever critérios de distribuição de verba publicitária federal.

Em outubro de 2015, quando decidiu pela candidatura, ele começou a percorrer o país para apresentar-se como um improvável “novo”, mesmo sendo deputado federal desde 1991 —será o presidente com a mais longa trajetória parlamentar desde José Sarney.

Era recebido em aeroportos por pequenas multidões, que gravavam e divulgavam as imagens em tempo real. Ganhou a alcunha de “mito”.

Montado numa estrutura confusa e amadora, cercou-se de militares da reserva (<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/qg-de-bolsonaro-em-brasilia-funciona-em-hotel.shtml>) e conselheiros de setores conservadores, como ruralistas e evangélicos.

Seu verdadeiro núcleo duro, contudo, é a família. Bolsonaro tem quatro filhos adultos e uma filha de 7 anos. Os três mais velhos integram seu QG: o senador eleito Flávio (PSL-RJ), o deputado federal reeleito Eduardo (PSL-SP) e o vereador carioca Carlos (PSL).

Criou uma imagem inoxidável a críticas, cujo ambiente controlado e isolado após a facada ajudou a preservar.

O fato de enaltecer um torturador da ditadura, o coronel Carlos Alberto Brilhante (<https://painel.blogfolha.uol.com.br/2018/10/16/contra-bolsonaro-pt-leva-depoimento-de-militante-torturada-por-ustra-a-tv/>) Ustra (<https://painel.blogfolha.uol.com.br/2018/10/16/contra-bolsonaro-pt-leva-depoimento-de-militante-torturada-por-ustra-a-tv/>), e o de ser réu por incitação ao estupro não foram suficientes para lhe tirar apoio. A promessa de “quebrar o sistema”, nas suas palavras, falou mais alto.

Apresentou um único fiador ao mundo dos negócios, o economista Paulo Guedes (<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2018/10/ministerio-publico-abre-nova-investigacao-sobre-paulo-guedes.shtml>). Apesar das desconfianças da exequibilidade de suas ideias ultraliberais e do risco da dependência de um personagem demissível pelo presidente, ao fim o consenso entre analistas de mercado financeiro avaliou Bolsonaro como um nome mais benigno que o de Haddad.

Não foi um processo automático. Há um ano, a **Folha** entrevistou vários analistas voltados ao mercado e todos eram unânimes em apontar Geraldo Alckmin (PSDB) ou um representante do “novo” como favoritos na disputa — mas o “novo” na época nunca foi Bolsonaro.

Aos poucos e discretamente, eventos de bancos de investimento começaram a ter o deputado como estrela.

Sem atrair grandes empresários tradicionalmente associados à política,

como empreiteiros, Bolsonaro começou a entusiasmar setores da economia mais próximos do sentimento popular na ponta, como pequenos empresários e donos de redes de varejo.

Desde 2017, um núcleo de generais da reserva liderado pelo já anunciado futuro ministro da Defesa, Augusto Heleno, começou organizar grupos de trabalho para desenhar o programa de governo.

Não sem surpresa, pouco se sabe de fato do que será proposto e, principalmente, de como será feita a mediação com um Congresso sem partidos fortes.

Insinua-se um acordo com o centrão, DEM à frente, para garantir a articulação de suas primeiras medidas. Como isso será negociado para evitar a ideia de adesão aos métodos que prometeu combater é algo ainda a ver, como de resto tudo no governo: é a primeira vez que a hegemonia PT-PSDB é quebrada desde 1994 em nível federal.

Seja como for, o processo não será simples. Bolsonaro já prometeu trabalhar em favor da pacificação do país, mas a disputa conseguiu ser mais polarizada do que a já conturbada vitória de Dilma sobre Aécio Neves (PSDB) em 2014.

Bolsonaro é descartado liminarmente por adversários, tanto que sua rejeição pública é expressa em termos pessoais: #EleNão é o mote da campanha e deverá permanecer no cenário político.

## **VEJA FRASES POLÊMICAS DE BOLSONARO**

### **TORTURA**

**"Pau-de-arara funciona. Sou favorável à tortura, tu sabe disso. E o povo é favorável também" (1999)**

Contexto

Em entrevista ao programa "Câmera Aberta", na TV Bandeirantes, ao tratar



## ANEXO D – “JAIR BOLSONARO, PRESIDENTIAL CANDIDATE IN BRAZIL, IS STABBED”

24/10/2020

Jair Bolsonaro, Presidential Candidate in Brazil, Is Stabbed - The New York Times

**The New York Times** | <https://nyti.ms/2NgRdKX>

### *Jair Bolsonaro, Presidential Candidate in Brazil, Is Stabbed*

By Ernesto Londoño and Shasta Darlington

Sept. 6, 2018

RIO DE JANEIRO — Representative Jair Bolsonaro, the front-runner in Brazil’s presidential election, was hospitalized in intensive care on Thursday night after being stabbed during a campaign event earlier in the day, according to officials.

Mr. Bolsonaro, a far-right politician, has been a divisive figure in Brazil, where he is adored by some for his tough talk and reviled by others for his diatribes against women, gays and blacks.

Mr. Bolsonaro was being carried by supporters through a throng of people in Juiz de Fora, a city in Minas Gerais State, in southeastern Brazil, when a person lunged toward him and jabbed a knife into his abdomen, according to a video of the attack shared on social media.

One of the candidate’s sons, Flavio Bolsonaro, said the knife pierced Mr. Bolsonaro’s liver, a lung and his intestinal tract. “He lost a lot of blood,” he said on Twitter.

Mr. Bolsonaro was conscious and spending the night in the intensive care unit after undergoing surgery, Dr. Luiz Henrique Borsato of the Santa Casa Hospital in Juiz de Fora said at a late-night news conference. Doctors said Mr. Bolsonaro would be hospitalized for at least a week.

Mr. Bolsonaro was in shock from abdominal bleeding when he arrived at the hospital, Dr. Borsato said. “The injuries that were threatening his life were treated during the surgery,” he said.

Mr. Bolsonaro’s campaign and police officials in Minas Gerais identified the assailant as Adélio Bispo de Oliveira. He was taken into custody by supporters of the candidate. They then turned him over to the federal police officers who provide security for Mr. Bolsonaro.

Police officers at the scene reported that the assailant said he was carrying out “an order from God,” Luis Boundens, the president of the federation of federal police officers, told Piauí Magazine’s website. That, he added, led investigators to question the assailant’s mental state.

Politicians across the ideological spectrum were unanimous in condemning the attack, the latest twist in a polarizing presidential contest.

“It is intolerable that, living in a democratic state of law, it’s not possible to have an orderly campaign,” President Michel Temer said in a televised address.

The stabbing was the latest act of political violence in Brazil this year. Rio de Janeiro councilwoman Marielle Franco was killed on March 14 after assailants opened fire on her car. Days later, campaign buses hired by former President Luiz Inácio Lula da Silva — the onetime front-runner in the race, whose corruption conviction made him ineligible to run — were shot at in southern Brazil.

“The act of violence against candidate Jair Bolsonaro is inadmissible and represents a double assault: against his physical integrity and against democracy,” former Senator Marina Silva, one of Mr. Bolsonaro’s top rivals, wrote on Twitter.

Another presidential hopeful, Geraldo Alckmin, a former governor of São Paulo, said he hoped Mr. Bolsonaro’s assailant would be duly punished.

“Politics is done through dialogue and persuasion, never through hate,” he wrote on Twitter. “Any act of violence is deplorable.”

Mr. Bolsonaro, 63, has an ample lead in the most splintered presidential contest in generations. A new poll by Ibope issued this week puts him ahead of the pack with 22 percent of voter support. His closest rivals are tied with 12 percent. The vote will be held next month.

Mr. Bolsonaro has earned a fiercely loyal following among a segment of Brazilians who find his unfiltered style refreshing. He has promised to restore order to a country suffering from an increase of violence by making it easier for civilians to bear arms and for the police to kill criminals.

24/10/2020

Jair Bolsonaro, Presidential Candidate in Brazil, Is Stabbed - The New York Times

But his discriminatory verbal attacks have led to his being charged by the attorney general this year with inciting hatred against blacks, women, gays and indigenous people.

Mauricio Araujo, a security guard at a day care center in São Paulo, said he suspected the assault represented an effort to knock Mr. Bolsonaro out of the race.

"Everybody in this election is corrupt except for Bolsonaro," he said. "The old party machine is going to try to get him out of the way."

Mauricio Santoro, a political scientist at the State University of Rio de Janeiro said he was heartened by the unanimous condemnation of the attack, calling it a "rare moment of civility in this campaign." But he predicted it may make the race even more bitter and boost Mr. Bolsonaro's appeal among his followers.

"The impact for his supporters will be immense," Mr. Santoro said. "It will reinforce the sense that he is a special leader, that he can change the country, that he is fighting against an authoritarian left."

Eduardo Bolsonaro, another son of Mr. Bolsonaro, and a fellow congressman, asked for prayers as he invoked his father's military past.

"A soldier who goes to war fearful of dying is a coward," Eduardo Bolsonaro said in a message on Twitter.

## ANEXO E – “DESINFORMATION SPREADS ON WHATSAPP AHEAD OF

24/10/2020

Disinformation Spreads on WhatsApp Ahead of Brazilian Election - The New York Times

The New York Times

<https://nyti.ms/2R07KRu>

### *Disinformation Spreads on WhatsApp Ahead of Brazilian Election*

By Mike Isaac and Kevin Roose

Oct. 19, 2018

SAN FRANCISCO — Over the past few months, the 120 million Brazilians who use WhatsApp, the smartphone messaging application that is owned by Facebook, have been deluged with political messages.

The missives, spread through the country by the millions, have targeted voters ahead of Brazil’s fiercely contested presidential election. A final runoff between a far-right candidate, Jair Bolsonaro, and Fernando Haddad, the leftist Workers’ Party candidate, will be on Oct. 28.

One popular WhatsApp message displayed the name of a presidential candidate, Luiz Inácio Lula da Silva, next to the number 17. When Brazilians vote, they punch in a number for a candidate or party in an electronic voting machine.

But the information in the photo was wrong. The number 17 was for Mr. Bolsonaro’s party. Mr. da Silva was no longer even in the race. His running mate, Fernando Haddad, had taken his place. Brazil’s top electoral court ruled on Aug. 31 that Mr. da Silva, who is serving a 12-year sentence for corruption, cannot run for a third term.

The misleading message was just one of millions of photos containing disinformation believed to have reached Brazilians in recent months. A study of 100,000 WhatsApp images that were widely shared in Brazil found that more than half contained misleading or flatly false information.

Whether the tide of disinformation can be curbed before the election is a crucial test for Facebook, WhatsApp’s parent company. As the midterm elections in the United States grow closer, Facebook sees its handling of Brazil’s election issues as a way to convince the public that it is far more prepared to deal with organized disinformation campaigns than it was before the presidential election two years ago.

Brazil is the latest in a string of countries where social media disinformation has been used to influence real-world behavior. In India, the spread of false news has led to violence in a number of parts of the country. In Myanmar, Facebook has been used as a tool of the military to aid in the ethnic cleansing of thousands. And in the United States, disinformation continues to be an issue on a range of social media platforms.

WhatsApp presents particular challenges for people trying to prevent disinformation, which is usually spread among small groups of up to 256 people, lending it a sense of authenticity.



Jair Bolsonaro, a presidential candidate in Brazil, has played on the distrust of politics in the country.

Antonio Lacerda/EPA, via Shutterstock

24/10/2020

Disinformation Spreads on WhatsApp Ahead of Brazilian Election - The New York Times

The app is also an end-to-end encrypted service, which means outsiders cannot see what is in a message — including WhatsApp and Facebook. That makes it impossible to determine the true amount of false news. Fact-checkers cannot rebut viral hoaxes and misinformation they cannot see.

It does not help that many Brazilians view the work of the fact-checkers as part of a nefarious effort by big corporations like Facebook to shield Brazilians from the truth.

“When we do the debunking, a lot of times people just don’t trust the debunk,” said Leonardo Cazes, an editor working on the “Fato ou Fake” news literacy project with O Globo, a Brazilian newspaper.

Brazilian authorities began warning about the threat posed by online disinformation months ago. False and misleading information had already been landing on the phone screens of Brazilians with startling regularity.

There were doctored photos and videos edited out of context. There were stories exaggerating Mr. Bolsonaro’s heroism and spreading rumors about his rivals. There were conspiracy theories promoting the rumor that Mr. Bolsonaro, who was stabbed at a rally in September, had faked his own injuries as part of a preplanned stunt.

There were even accusations that George Soros, the liberal billionaire and activist who has become a lightning rod for conservatives around the world, was funding attempts to interfere in the elections.

“People entered this election with a sense of hyperpolarization,” said Roberta Braga, an associate director at the Adrienne Arsht Latin America Center at the Atlantic Council, a Washington-based foreign policy think tank. “There is a lot of distrust in politics and politicians and political establishments in general.”

Mr. Bolsonaro, who has earned many comparisons to President Trump, has played on that distrust. He has been an avid user of social media, recording daily Facebook live videos in which he implored his followers to help him “make Brazil great.”

Mr. Bolsonaro’s campaign, as well as those of competitors like Mr. Haddad, have long been suspected of spreading the misleading photos, said Fabricio Benevenuto, a computer science professor at the Federal University of Minas Gerais in Brazil and the co-author of a new report on disinformation in the country.

On Thursday, the Brazilian news outlet Folha de São Paulo unearthed a coordinated campaign in which companies planned to spend millions of dollars buying mass text messaging packages a week before the coming election. The plan, which authorities have deemed in violation of Brazilian election laws, would flood WhatsApp users with hundreds of millions of messages similar to those already in circulation.

Facebook has set up a “War Room” to quickly respond to attacks and disinformation campaigns in real time. Noah Berger/Agence France-Presse — Getty Images

On Friday, WhatsApp said it would take legal action against the tactics, banning accounts across the service and sending cease-and-desist orders to the companies responsible.

24/10/2020

Disinformation Spreads on WhatsApp Ahead of Brazilian Election - The New York Times

Although false news has spread in Brazil across all forms of social media, WhatsApp's impact has been the most notable. It is, in part, because of the popularity of the app: About 44 percent of the voting public in Brazil use WhatsApp to discover political information, according to recent polling data. Mobile phone carriers in Brazil offer data packages that allow for free use of Facebook and WhatsApp across cellular networks.

The spread of disinformation has been helped by the basic design of WhatsApp. Information shared across messaging services like WhatsApp is generally trusted more, researchers argue, because of the personal, private nature of the closed conversations.

Facebook and the Brazilian government have scrambled to counter the disinformation. Earlier this year, the country's federal police agency established a task force to limit the influence of false news. Justice Luiz Fux, who oversaw the top electoral court in Brazil, argued that it might be sensible to curb free speech in order to protect the integrity of the election.

Experts, however, are skeptical that disinformation can be stemmed before the election.

"Even if there is an order to give someone a fine for spreading fake news, by the time you do that, it's gone, the elections are over," said Fernando Neisser, who coordinates the Brazilian Academy of Electoral and Political Law. "No one is ready to deal with the speed and the volume of this fake news problem."

Facebook has set up a "War Room" on its Menlo Park, Calif., campus, a way for teams across all parts of the organization to quickly respond to attacks and disinformation campaigns in real time.

Samidh Chakrabarti, who leads Facebook's elections and civic engagement team, said the new setup had been helpful. A number of attempts at voter suppression and hate speech targeted at specific geographic areas have been quashed in a matter of hours, he said.

WhatsApp is testing changes to the way its service operates. It has cut down the number of users messages that can be forwarded from 256 to 20. (In India, the limit is five.) And WhatsApp has introduced a print, television and radio advertising campaign in Brazil to reach an estimated 50 million people with tips on how to spot misinformation.

WhatsApp is also working with Comprova, a consortium of Brazilian media organizations, to fact-check thousands of tips about suspicious information and verify true stories. The group has received more than 100,000 messages to vet. "Fato ou Fake," the news literacy project, has vetted more than 700 pieces of information.

"While the desire to spread and consume sometimes harmful sensational information predates the internet, it certainly makes it easier," Chris Daniels, vice president of WhatsApp, told a newspaper editorial in Brazil on Wednesday. "Because information — both good and bad — can go viral on WhatsApp even with these limits in place, we have a responsibility to amplify the good and mitigate the harm."

## ANEXO F – “JAIR BOLSONARO WINS BRAZIL’S PRESIDENCY, IN A SHIFT TO THE FAR RIGHT

24/10/2020

Jair Bolsonaro Wins Brazil’s Presidency in a Shift to the Far Right - The New York Times

**The New York Times** | <https://nyti.ms/2CljH9P>

### *Jair Bolsonaro Wins Brazil’s Presidency, in a Shift to the Far Right*

By Ernesto Londoño and Shasta Darlington

Oct. 28, 2018

RIO DE JANEIRO — Brazil on Sunday became the latest country to drift toward the far right, electing a strident populist as president in the nation’s most radical political change since democracy was restored more than 30 years ago.

The president-elect, Jair Bolsonaro, has exalted the country’s military dictatorship, advocated torture and threatened to destroy, jail or drive into exile his political opponents.

He won by tapping into a deep well of resentment at the status quo in Brazil — a country whiplashed by rising crime and two years of political and economic turmoil — and by presenting himself as the alternative.

“We have everything we need to become a great nation,” Mr. Bolsonaro said Sunday night shortly after the race was called in a video broadcast on his Facebook account. “Together we will change the destiny of Brazil.”

[Read our profile on Brazil’s far-right president elect, Jair Bolsonaro.]

He appeared eager to dispel concerns that he would govern despotically, saying his government would be a “defender of the Constitution, democracy and liberty.”

Mr. Bolsonaro, who will take the helm of Latin America’s biggest nation, is further to the right than any president in the region, where voters have recently embraced more conservative leaders in Argentina, Chile, Peru, Paraguay and Colombia. He joins a number of far-right politicians who have risen to power around the world, including Italy’s deputy prime minister, Matteo Salvini, and Prime Minister Viktor Orban of Hungary.

“This is a really radical shift,” said Scott Mainwaring, a professor at Harvard University’s Kennedy School of Government who specializes in Brazil. “I can’t think of a more extremist leader in the history of democratic elections in Latin America who has been elected.”

With 98 percent of votes counted, Mr. Bolsonaro was ahead with 55 percent, guaranteeing him a win over Fernando Haddad of the leftist Workers’ Party, who had 45 percent.

Hundreds of supporters gathered outside Mr. Bolsonaro’s seaside home in Rio de Janeiro, jumping and hugging one another when the results were announced. As golden fireworks lit up the sky, they chanted “mito,” or legend, paying homage to their president-elect.

Reeling from the deepest recession in the country’s history, a corruption scandal that tarnished politicians across the ideological spectrum, and a record-high number of homicides last year, Brazilians picked a candidate who not only rejected the political establishment but at times also seemed to reject the most basic democratic tenets.

Mr. Bolsonaro’s victory caps a bitter contest that divided families, tore friendships apart and ignited concerns about the resilience of Brazil’s young democracy.

Many Brazilians see authoritarian tendencies in Mr. Bolsonaro, who plans to appoint military leaders to top posts and said he would not accept the result if he were to lose. He has threatened to stack the Supreme Court by increasing the number of judges to 21 from 11 and to deal with political foes by giving them the choice of extermination or exile.

Mr. Bolsonaro, 63, a former army captain who has been a member of Congress for nearly three decades, beat a crowded field of presidential contenders, several of whom entered the race with bigger war chests, less baggage and the backing of powerful political parties.

Mr. Bolsonaro said that President Trump called to congratulate him, calling it “obviously a very friendly contact.”

Part of the reason for Mr. Bolsonaro’s victory was the collapse of the left. Many cried foul after former President Luiz Inácio Lula da Silva, the longtime front-runner in the race, was ruled ineligible to run after he was imprisoned in April to start serving a 12-year sentence for corruption and money laundering.

24/10/2020

Jair Bolsonaro Wins Brazil's Presidency in a Shift to the Far Right - The New York Times

His Workers' Party had won the last four presidential elections, and Mr. da Silva, a former metalworker, retained a devoted following among poor and working-class Brazilians who felt represented by him personally and had benefited from his party's social inclusion policies.

But many more Brazilians showed through their votes that they had had enough of the Workers' Party, which steered the country from 2003 to 2016 through a boom-and-bust cycle that ended in an economic morass and the impeachment of his successor, President Dilma Rousseff.

Despite his influence, Mr. da Silva was not able to pull off the last-minute transfer of votes to the candidate chosen to replace him on the ballot, the bookish and urbane — but less charismatic — Mr. Haddad.

And for those Brazilians who saw the political establishment they inherited from the Workers' Party as venal, Mr. Bolsonaro was an enthralling candidate.

He accomplished little in his long legislative career, but his roster of offensive remarks — he said that he'd rather his son die than be gay and that women don't deserve the same pay as men — was interpreted by many as bracing honesty and evidence of his willingness to shatter the status quo.

"The way he's run his campaign is very clever," said Matias Spektor, a professor of international relations at Fundação Getulio Vargas University. "He has managed to align himself with the institutions that Brazilians still believe in: religion, family and armed forces."

Mr. Bolsonaro, the patriarch of a family from Rio de Janeiro that includes three sons who are also lawmakers, ran an insurgent campaign that defied the political playbook that brought his predecessors to power.



Mr. Bolsonaro's supporters celebrating in Rio de Janeiro on Sunday. Part of the reason for his victory was the collapse of the left. Carl De Souza/Agence France-Presse — Getty Images

A year ago, Mr. Bolsonaro's bid was widely regarded by political veterans in Brasília as fanciful in a nation renowned for the cordiality and warmth of its people. Some of the candidate's remarks were so offensive the country's attorney general earlier this year charged him with inciting hatred toward black, gay and indigenous people. In a country where most of the population is not white, this alone might have seemed to disqualify him.

Yet, the vitriol and outrage Mr. Bolsonaro brought to the campaign trail as he traveled around the country largely mirrored Brazilians' dystopian mood.

Nearly 13 million people are unemployed. The homicide rate is among the highest in the world — last year, 63,880 people were killed. And Mr. da Silva, the former president many had idolized, had left office with an approval rating of 87 percent only to become the most prominent scalp taken by a corruption scandal that has ensnared dozens of the country's political and business leaders.

Part of Mr. Bolsonaro's appeal lay in the extreme solutions he proposed to assuage the population's anger and fear of violence.

24/10/2020

Jair Bolsonaro Wins Brazil's Presidency in a Shift to the Far Right - The New York Times

He vowed to give the police forces in Brazil — some of the most lethal in the world — expanded authority to kill suspects, saying with trademark bluntness that a “good criminal is a dead criminal.” He also promised to lower the age of criminal responsibility, impose stiffer sentences for violent crimes and ease Brazil’s gun ownership restrictions so civilians could better protect themselves.

“Violence must be reduced because otherwise we are headed toward total chaos,” said Roberto Levi, 36, a police officer in Rio de Janeiro who voted for Mr. Bolsonaro.

Over the past two years, while many of Brazil’s traditional political parties and powerful kingmakers were busy defending themselves against corruption allegations stemming from the investigation known as Lava Jato, Mr. Bolsonaro flew around the country, drumming up support, particularly among young men, and in comparatively wealthier and whiter areas.

While rivals spent small fortunes on marketing firms, video editors and consultants, Mr. Bolsonaro relied primarily on Facebook, Twitter, YouTube and the instant messaging service WhatsApp to communicate with voters and expand his base.

Opponents enjoyed far more advertising time on television and radio — which is allotted by party size — and rolled out slickly edited campaign materials. But Mr. Bolsonaro’s campaign drowned them out with a bare-bones, scrappy communications strategy. He and his sons broadcast shaky, poorly lit videos on Facebook and Instagram in which Mr. Bolsonaro cracked jokes, took aim at adversaries and bemoaned the state of Brazil.

On WhatsApp, supporters created hundreds of groups to share memes, videos and messages that often contained falsehoods and misleading content that cast Mr. Bolsonaro in a positive light and disparaged his rivals.

One dominant message, spread widely via WhatsApp, asserted with no evidence that Mr. Bolsonaro’s opponents encouraged schoolchildren to become gay or reconsider their gender identity by employing sex education materials referred to as “gay kits.”

“I like what Bolsonaro stands for,” said Cintia Puerta, 55, an architect in São Paulo, said Sunday after voting. “My sister works in a school so I know they are teaching ‘gay kits’ to children, teaching them about sexuality at age 5 and 6. They’re indoctrinating children in the school.”

Mr. Bolsonaro’s presidential ambition nearly ended on Sept. 6 when a man sliced a knife into his stomach during a campaign rally, slashing his intestines and several other organs.

After that, Mr. Bolsonaro declined to participate in debates and did few probing interviews, leaving significant gaps in the electorate’s understanding of his position on pivotal issues, including pension reform and the privatization of state enterprises.

In the wake of the attack, Mr. Bolsonaro’s standing in the polls rose steadily after languishing in the low 20-percent range for weeks. Last-minute endorsements from the influential evangelical lobby and agribusiness leaders gave him a boost.

After the first round of voting, in which Mr. Bolsonaro received just shy of the 50 percent required to win outright, some political analysts expected him to moderate his rhetoric in order to appeal to centrist or undecided voters.

They were wrong.

Last Sunday, he issued a threat to members of the Workers’ Party that critics called downright fascist.

“Those red good-for-nothings will be banished from the homeland,” he said during an address, delivered via a video linkup, to thousands of supporters gathered in São Paulo. “It will be a cleanup the likes of which has never been seen in Brazilian history.”

For the Workers’ Party, Sunday’s presidential defeat leaves a political movement that won accolades from much of the population for affirmative action and inequality-reducing policies significantly weakened and effectively leaderless.

Party luminaries hoped that Mr. da Silva, a lion of Latin America’s left known as Lula, would return to the presidential palace. Even after Mr. da Silva was jailed, party leaders said that “an election without Lula is fraud.”

When courts made clear Mr. da Silva would not be allowed to run, and the Workers’ Party nominated Mr. Haddad, a former education minister and mayor of São Paulo, the campaign’s slogan was “Haddad is Lula.”

During his campaign, Mr. Haddad visited Mr. da Silva in prison multiple times, and did little to take responsibility for the party’s mistakes. This lack of atonement pushed many hesitant Brazilians toward Mr. Bolsonaro, said Mr. Mainwaring, the Harvard professor.



24/10/2020

Jair Bolsonaro Wins Brazil's Presidency in a Shift to the Far Right - The New York Times

"The Workers' Party strategy was centered too much around Lula and too little around thinking about the future of the country and about winning this election," he said. "An important part of the Brazilian electorate would have voted for the P.T. if it had drawn a line in the sand and renounced the corruption of the past."