**A cobertura da Agência Pública sobre violência eleitoral na eleição de 2018**

Andresa Caroline Lopes de Oliveira[[1]](#footnote-1)

**Resumo:**

A eleição presidencial de 2018 foi marcada pelo disparo em massa de informações falsas e pela crescente violência eleitoral contra oponentes políticos e eleitores. O fenômeno da pós-verdade e a crescente onda de desinformação contribuíam para a intensificação da violência no período eleitoral. Com base nesse cenário, este artigo apresenta um estudo de caso sobre a cobertura do tema violência eleitoral pela Agência Pública. Foram analisadas três reportagens publicadas no site da Agência antes e após as eleições 2018. O corpus foi analisado de acordo com as seguintes categorias: abordagem, fontes e profundidade.

**Palavras-chave**: Democracia; Jornalismo; Mídia Radical; Política; Violência Eleitoral

**Introdução**

Nos âmbitos da informação e comunicação, a Internet tem possibilitado ao longo dos anos, um espaço alternativo para a discussão de temas com relevância social, bem como o surgimento de novos veículos informativos que apresentam perspectivas contra hegemônicas, como a Mídia Radical, conceituada por Downing (2004, p. 21) como “mídia – em geral de pequena escala e sob muitas formas diferentes – que expressa uma visão alternativa às políticas, prioridades e perspectivas hegemônicas”. No jornalismo, os coletivos de mídia radical e os veículos com propostas independentes têm apresentado pautas e coberturas mais amplas em relação aos veículos tradicionais, contribuindo para a ampliação do debate de temas relacionados à cidadania e democracia, principalmente, em relação às atitudes de governantes e candidatos a cargos públicos.

No cenário eleitoral de 2018, a disseminação de informações falsas e mensagens de ódio, violência e intolerância a determinados grupos foi frequente. Algumas vezes, a violência passou da verbalidade para agressões físicas.

Diante desse contexto, o jornalismo com sua função social atua com a responsabilidade de denunciar publicamente os atos violentos, bem como contextualizar a origem deles, elucidando como os discursos políticos podem serem propagadores dessas atitudes. Ao atuar na exposição e contextualização desses fatos, o jornalismo contribui para a ampliação do debate público e ações que combatam esse tipo de violência.

A Agência Pública foi o veículo escolhido para a análise devido às suas características de mídia radical (que será explorada no referencial da pesquisa) e pela prática de reportagem em profundidade que se diferencia da cobertura dos veículos jornalísticos tradicionais. Portanto, com base nessas singularidades, as análises visam compreender de que modo a Agência Pública fez a cobertura da violência eleitoral de 2018 e como essa cobertura contribui para o debate democrático.

O tema desta pesquisa é a discussão conceitual sobre a cobertura da Agência Pública nos casos de violência eleitoral registrados durante a eleição presidencial de 2018. Com base no cenário de uma política de extrema-direita e da disseminação em massa de informações falsas que contribuíram para o aumento dos ataques contra determinados grupos: mulheres, ativistas, negros, LGBTs, povos indígenas e oponentes políticos.

Diante desse exposto, o objetivo geral da pesquisa foi analisar como a Agência Pública contribuiu para o aprofundamento do debate sobre violência eleitoral durante a eleição de 2018. Foram analisadas as reportagens com essas temáticas publicadas nos meses de outubro e novembro, quando aconteceram o primeiro e o segundo turno. As análises foram realizadas de acordo com três aspectos: a abordagem, fontes e profundidade.

**Jornalismo e democracia**

Kovach e Rosentiel (2004) realizaram uma pesquisa que reuniu cerca de 300 jornalistas norte-americanos. O objetivo era um autoexame do jornalismo e a função que essa atividade tem para a manutenção das sociedades democráticas. Segundo os autores, as primeiras manifestações do jornalismo contribuíram para a construção de governos e cidadanias em diferentes partes do mundo.

Política e ações do governo são temas de interesse da população e que devem fazer parte das pautas colocadas para a discussão entre os cidadãos de todos os países. A população precisa estar informada sobre o que acontece em esfera local, regional, nacional e global. Essa necessidade de informação faz com que o jornalismo seja o fio condutor da informação. Ao fornecer informações para que os cidadãos possam se “autogovernar”, o jornalismo deve utilizar alguns elementos, entre eles:

1. A primeira obrigação do jornalismo é com a verdade.

2. Sua primeira lealdade é com os cidadãos.

3. Sua essência é a disciplina da verificação.

4. Seus praticantes devem manter independência daqueles a quem cobrem.

5. O jornalismo deve ser um monitor independente do poder.

6. O jornalismo deve abrir espaço para a crítica e compromisso público.

7. O jornalismo deve empenhar-se para apresentar o que é significativo de forma interessante e relevante.

8. O jornalismo deve apresentar as notícias de forma compreensível e proporcional.

9. Os jornalistas devem ser livres para trabalhar de acordo com sua consciência. (KOVACH; ROSENTIEL, p. 22 - 23).

Desde que o jornalismo passou a estar ligado a interesses de grandes empresas, alguns dos elementos citados por Kovach e Rosentiel (2004) ficaram comprometidos por vários fatores. Uma das principais características do jornal-empresa é a corrida pelo “furo”, ou seja, os veículos de comunicação travavam uma disputa cujo o objetivo era dar a notícia em primeiro lugar e, em alguns casos, a disciplina da verificação pode ficar comprometida.

Além da corrida pelo furo jornalístico, existe o deadline, ou seja, o tempo que cada jornalista tem para entregar o conteúdo. Esse fator está presente em redações de emissoras de televisão, rádio, nos jornais, revistas e nos portais de notícias da internet. Pela necessidade de um fluxo contínuo de informações, esse tempo é curto e atrapalha apurações mais aprofundadas a respeito dos fatos.

Outro fator deve-se à estrutura da redação. Nos últimos anos, jornais tradicionais têm diminuído suas equipes, e isso contribuiu para a sobrecarga de trabalho dos jornalistas que se dividem na cobertura dos fatos, redação de mais de uma matéria por dia. As equipes reduzidas e os prazos impostos para o fechamento das edições impressas ou das reportagens que são disponibilizadas nas edições online interferem na apuração e no tempo que o jornalista dedica a cobertura do fato. A escassez de capital humano e de tempo provoca que muitos jornalistas fiquem reféns de comunicados oficiais enviados para a imprensa, material que traz uma versão direcionada aos interesses das instituições fontes, entre elas, governos e empresas.

O jornalismo que deveria ser caracterizado por uma atividade investigativa, de trabalho de campo e com diversidade de fontes, é reduzido ao trabalho concentrado dentro da redação, e que prioriza a opinião especializada.

Chauí (2006, p.11), aponta que os Meios de Comunicação de Massa (MCM), vinculados ao grande capital reduzem a informação a entretenimento ao mesmo tempo em que contribuem para a destruição da Opinião Pública, ou seja, constituída pela expressão e participação popular. Para a autora, os MCM apresentam um simulacro da informação com base em três deslocamentos da prática de opinião pública, entre eles: a substituição de uso público da informação para interesses privados; a expressão “formador de opinião” aplicada a intelectuais, artistas e jornalistas e a formação de oligopólios de comunicação como forma de ocupação do espaço da opinião pública.

[...] os meios de comunicação tradicionais (jornal, rádio, cinema, televisão) sempre foram propriedade privada de indivíduos e grupos, não podendo deixar de exprimir seus interesses particulares ou privados, ainda que isso sempre tenha imposto problemas e limitações à liberdade de expressão, que fundamenta a ideia de opinião pública. Hoje, porém, os dez ou doze conglomerados de alcance global controlam não só os meios eletrônicos e digitais, e avaliam em termos de custo benefício as vantagens e desvantagens do jornalismo escrito ou da imprensa, podendo liquidá-la, se não acompanhar os ares do tempo. (CHAUÍ 2006, p.13).

Esses deslocamentos acabam por diminuir o espaço de fala do público. Ao invés de coberturas que abram espaço para críticas e opiniões da população, em muitos casos, o discurso midiático resume-se às estatísticas, a comunicados oficiais e à explicação de especialistas a respeito de assuntos vividos e de interesses da sociedade.

No entanto, apesar da interferência de determinados “filtros”, o jornalismo não deixa de lado a sua função social de vigiar as instituições e colocar em pauta temas de interesse da sociedade. Nesse trabalho, a liberdade de imprensa é uma importante ferramenta que permite que o jornalista faça sua função.

Por meio do jornalismo as pessoas se informam sobre diversos assuntos como política, educação, saúde, direitos, cultura e segurança. E, apesar de todos os fatores que dificultam apurações mais complexas e detalhadas, alguns veículos reservam espaços para reportagens especiais que, geralmente, têm como temática denúncias de corrupção. A informação é importante para que os cidadãos possam refletir, ter conhecimento e ter ações diante dos fatos. Conceitualmente, o jornalismo está ligado ao conceito de cidadania e da democracia. A informação é uma ferramenta básica para as sociedades democráticas, ao mesmo tempo em que ocupa um dever social de dar voz aos cidadãos e o de observar os poderes.

**Crise do jornalismo e o fenômeno da pós-verdade**

Um dos pilares fundamentais do jornalismo é com a veracidade dos fatos. Esse compromisso baseia-se no uso que o público faz das informações cotidianas como a previsão do tempo, sobre campanhas de vacinação, segurança pública e política.

Durante muitos anos, a notícia produzida pelo jornalismo era tida como um sinônimo de verdade e a chamada imprensa “pedagógica” tinha como base esclarecer os fatos para o público, a fim de que os cidadãos formem uma opinião crítica sobre os temas de interesse público.

Originariamente, a imprensa foi a parteira da esfera pública ao mediar o diálogo entre os indivíduos e fazer o papel de autofalante de um público pensante que discutia suas experiências privadas e públicas num fórum compartilhado coletivamente. Os jornais e semanários agiam ainda em primeiro plano de acordo com o interesse do debate público de questões existenciais, morais e políticas. A passagem da imprensa de opinião para a imprensa como negócio se dá a partir da necessidade de garantir o aumento e aperfeiçoamento da técnica produtiva e organizacional. A consequente necessidade de assegurar a rentabilidade do novo capital empregado acarreta a subordinação da política empresarial às necessidades da reprodução ampliada do capital empregado na empresa. O imperativo de assegurar o acesso a cada vez mais leitores transforma o interesse comercial em fator principal da mudança de uma imprensa pedagógica, interessada em esclarecer seu público, em meramente manipulativa. (SOUZA, 2017, p. 110).

Com a modernização das redações, o jornalismo passo a adotar um caráter mais mercadológico, mediando na Esfera Pública temas e pautas favoráveis à burguesia e às classes econômicas dominantes. Para Chomsky (2014), o produto jornalístico é dotado de audiência, ou seja, público que é de interesse de grandes organizações. O jornal-empresa também foi passando por grandes transformações até se consolidar em grandes conglomerados, neste caso, o interesse político interfere na construção das narrativas. Trata-se de uma questão semântica, de escolha e de métodos de trabalho. Um fato pode ser real, no entanto, vai passar por vários filtros de verificação e ideológicos até chegar ao público final

Nesse processo de transformação, o jornalismo passou não só por uma mudança ideológica, como também estrutural. Aos poucos, as redações ficaram mais enxutas, o *deadline* mais apertado e a soma desses fatores interferiram no trabalho jornalístico. Com equipes reduzidas e pouco tempo para a produção informativa, contribuíram para a escassez de coberturas mais amplas sobre a realidade.

Aos poucos, o jornalismo entrou em uma crise financeira, que mais tarde, com o fenômeno da Pós-Verdade, somou-se a uma crise de credibilidade.

**Governos Populistas e a Pós-verdade como ameaças ao jornalismo**

Nos últimos anos, percebe-se que a democracia está em risco em diversas partes do mundo. Além dos governos ditatoriais, os “novos populistas” também se têm mostrado com características autoritárias.

Em 2016, foi eleita como palavra do ano, a Pós-Verdade, um fenômeno que, segundo Matthew D’ Ancona (2018), não surgiu com a eleição de Donald Trump (Partido Republicano), eleito em 2016, mas que ganhou dimensões globais neste período. Para a população mundial e até mesmo para os principais veículos de comunicação, Trump era apontado como o candidato favorito. Apesar das características autoritárias, o candidato venceu a eleição presidencial em uma campanha baseada na disseminação de informações falsas favoráveis a Trump.

Segundo Prior (2019), uma das estratégias retóricas dos novos governos populistas é a divisão entre “povo puro” e os “outros”, ou seja, o que pode ser verificado nos discursos destinados aos imigrantes, minorias étnicas, demais grupos religiosos ou que provoquem um sentimento de rejeição. O autor ressalta que muitas vezes, esses grupos são “responsabilizados por alguns males sociais por parte da retórica populista”. (2019, p. 3).

Além dos constantes ataques à imigrantes, a classe artística e outros grupos como feministas e LGBTs, outra característica do atual presidente dos Estados Unidos são os constantes ataques à imprensa e a desqualificação do trabalho dos jornalistas.

No Brasil, as eleições de 2018, que levaram Jair Messias Bolsonaro (sem partido) à presidência do país também foram marcadas pelos disparos de informações falsas pró-Bolsonaro. Além disso, os contínuos ataques à imprensa também são caraterísticos do atual presidente do Brasil, em situações que revezam entre a descredibilização do trabalho dos jornalistas, cerceamento de liberdade de imprensa (como a de proibir a entrada de determinados veículos de comunicação em eventos) e agressões verbais destinadas a determinados jornalistas, sobretudo quando se trata de jornalistas mulheres.

O período eleitoral brasileiro em 2018 foi marcado pela violência. De acordo com a plataforma “Violência Política no Brasil”, dos portais Opera Mundi, Outras Palavras e De Olho nos Ruralistas, durante os meses que antecederam o pleito, foram registradas 133 agressões por motivos políticos, oito mortes e 42 lesões corporais decorrentes de motivos políticos.

**MÍDIA RADICAL**

Desde a transformação do jornalismo em um sistema industrial e com a influência de fatores econômicos e políticos, temos uma profunda desigualdade informativa e a deficiência do jornalismo crítico que de fato informe, contextualize e que contribua para o debate coletivo a respeito de temas fundamentais que são de interesse público.

Com a informatização das redações, a busca pela velocidade foi intensificada nos veículos de comunicação, principalmente, nos formatos impressos que tinham uma disputa com a Internet, em uma visão de concorrência por anunciantes e público. O jornalista Rodrigo Lara Mesquita em entrevista à revista *Journalism* ESPM - edição brasileira da *Columbia Journalism Review* - relatou que no ano de 1988, a redação da Agência Estado já tinha a consciência que com as novas tecnologias, a informação seria descentralizada dos Meios de Comunicação de Massa. A partir desse contexto, o jornal passou a se reorganizar frente às novidades da década.

Frente a essas novidades, muitos jornais impressos começaram a disponibilizar os mesmos conteúdos nas plataformas digitais em uma tentativa de agradar públicos distintos, ou seja, os fiéis leitores do jornal no papel e os internautas.

A Folha de S. Paulo trouxe para o Brasil uma tendência dos jornais norte-americanos com o objetivo de ampliar a participação do público e ter sua avaliação a respeito do jornalismo praticado por meio do *ombudsman,* profissional contratado pela empresa com a função de receber críticas, reclamações e sugestões dos leitores.

*Ombudsman* é uma palavra sueca que significa representante do cidadão. Designa, nos países escandinavos, o ouvidor-geral -função pública criada para canalizar problemas e reclamações da população. Na imprensa, o termo é utilizado para designar o representante dos leitores dentro de um jornal. A função de *ombudsman* de imprensa foi criada nos Estados Unidos nos anos 60. Chegou ao Brasil num domingo, dia 24 de setembro de 89, quando a Folha, numa decisão inédita na história do jornalismo latino-americano, passou a publicar semanalmente a coluna de seu *ombudsman*.[[2]](#footnote-2)

 Por volta de 1997, a Internet difundiu um novo gênero: *os blogs* que inicialmente foram utilizados como “diários digitais” pelos internautas. Não demorou muito para que os veículos de comunicação passassem a usar os *blogs* para fins jornalísticos por meio das colunas de opinião especializadas em diversos temas como cultura, política e economia. Segundo Malini e Antoun (2013), aos poucos o jornalismo foi ampliando as possibilidades de interação com o público, em uma fase que ficou conhecida como Jornalismo Colaborativo[[3]](#footnote-3) devido à nova dinâmica entre receptores e produtores de informação.

Apesar de ampliarem a participação do público por meio de plataformas interativas, os veículos de comunicação corporativos não preencheram as lacunas informativas.

Na apresentação do livro “Mídia Radical”, Arlindo Machado descreve as mídias radicais como “experiências fora de uma expressão hegemônica, com a participação de sujeitos críticos às políticas dominantes”. Embora tenham ganhado maior projeção no século XXI, segundo Downing, as mídias radicais existem há vários anos e são definidas como “grupos contra hegemônicos”.

 Outra caraterística das mídias radicais é o formato. Não precisam ser necessariamente jornais, revistas, sites ou outro meio de comunicação. A mídia radical pode se manifestar por meio do teatro de rua, das canções, xilogravuras, cartazes, músicas, do grafite, da fotografia e das performances; ampliando os meios pelos quais as mensagens são difundidas.

 Downing (2004) cita outras dez características das mídias radicais:

1ª - O autor faz uma diferença entre as mídias corporativas, exemplificadas pelas revistas especializadas e as mídias radicais.

2ª - As mídias radicais sob o ponto de vista da observação podem representar forças negativas (como a mídia radical fundamentalista, racista ou fascista) ou forças construtivas (mídias radicais que combatam o racismo, por exemplo).

3ª - Pode incluir mídias de minoria étnica, em algumas vezes, a mídia religiosa. Cita-se como exemplo, os jornais e murais comunitários, dependendo do tema desses meios. Downing salienta que “toda tecnologia utilizada pelos ativistas da mídia radical é e sempre foi empregada principalmente para propósitos convencionais, não para os próprios”.

4ª - Em algumas vezes, a mídia radical aprofunda o radicalismo.

5ª – Apresentam comportamento binário “ou isto ou aquilo” quando as mídias radicais estão sujeitas à censura ou repressão.

6ª - As mídias radicais apresentam-se em vários formatos, a exemplo dos *cartuns.*

7ª - Rompem com regras.

8ª - Geralmente, são meios em pequena escala e dispõem de poucos recursos financeiros.

9ª - O propósito de construir uma rede de relações contrárias às estruturas de poder.

10ª - Organização interna mais democrática.

Em primeiro lugar, a mídia radical alternativa expande o âmbito das informações, da reflexão e da troca a partir dos limites hegemônicos, geralmente estreitos, do discurso da mídia convencional. Isso se dá, em parte, pelo fato de ser bastante numerosa. Em segundo lugar, ela frequentemente tenta ser mais sensível do que a mídia convencional às vozes e aspirações dos excluídos. Muitas vezes, tem estreita relação com algum movimento social em andamento e, portanto, expressa com muita espontaneidade os pontos de vista e opiniões que não encontram espaço ou são ridicularizados na mídia oficial. Com muita frequência também, é ela que toma a dianteira na discussão de questões que só mais tarde receberão atenção da mídia oficial. Em terceiro lugar, a mídia radical alternativa não precisa censurar-se para atender aos interesses dos mandachuvas da mídia, do entrincheirado poder estatal e das autoridades religiosas. (DOWNING, 2004, p.81).

Diante dessas caraterísticas, esse tipo de mídia caracteriza-se pela disruptiva ao modelo da mídia tradicional em vários aspectos: nos modelos de autossustentação, em muitos casos, os veículos de mídia radical sobrevivem por meio de recursos advindos de financiamento coletivo e parcerias com órgãos não-governamentais e sem a participação de empresas privadas. Nas mídias radicais jornalísticas esses fatores possibilitam a independência editorial.

Entretanto, com o advento das novas tecnologias e da difusão da internet, os veículos de comunicação tradicionais não são as únicas fontes de informação dos cidadãos. As redes sociais, por exemplo, são ferramentas que permitem a organização social de grupos, a produção e difusão de informações e a organização de movimentos populares contra governantes.

Aparentemente, seria tentador pensar na internet como uma elaboração contemporânea da Esfera Pública, entendida, a princípio, como o espaço democrático de troca de ideias entre cidadãos. A internet, lugar privilegiado para eventual discussão sobre temas de relevância social, se destaca pelas possibilidades de interação entre públicos diferentes, de discutir assuntos de interesse geral e de participação política nos vários sentidos desta expressão. (MARTINO, 2014, p. 90).

 Esses conceitos contribuem para o entendimento sobre a relação de mídia radical e Internet. De acordo com Downing (2004), a Internet pode ser vista como um meio de transformação social, devido a suas caraterísticas democráticas, que favorecem a criação de audiências ativas que, por sua vez, favorecem o ativismo digital.

O uso da Internet tem também um impacto interessante sobre o ativismo social e de mídia. Tradicionalmente, os ativistas da mídia radical funcionam como repórteres e documentaristas, mediando as notícias e a análise dos fatos atuais e movimentos sociais. Mas duas coisas estão mudando isso. A primeira é que através das redes eletrônicas, os articuladores dos movimentos sociais têm a oportunidade de expressar-se diretamente por meio de documentos divulgados pela Internet. Isso suscita a questão de “se podemos trocar a estratégia de dar voz aos que não têm voz pela estratégia de deixar as pessoas falar por si mesmas”. A segunda é que, em consequência das atuais tendências socioeconômicas, os ativistas sociais estão cada vez mais na defensiva, lutando para proteger as liberdades civis e os direitos humanos, ao mesmo tempo em que contestam as políticas econômicas regressivas. Nesse processo, as fronteiras que separam os ativistas populares dos produtores de mídia radical tornam-se mais e mais indistintas. (DOWNING, 2004, p. 275).

 Portanto, com base nas características de mídia radical apontados por Downing (2004), será feita a conceituação da Agência Pública como um veículo de mídia radical, bem como as suas singularidades em relação aos veículos jornalísticos tradicionais.

Em virtude de não estarem ligados a grupos econômicos, políticos e religiosos, os veículos jornalísticos de mídia radical possibilitam a ampliação e pluralidade de vozes, a diversificação de pautas e o constante diálogo com a comunidade e movimentos sociais. Alguns veículos de mídia radical se especializam em determinados eixos temáticos, entre eles: direitos humanos, meio ambiente, gênero, política e violência.

 Diante do atual cenário do jornalismo, os veículos de mídia radical atuam na produção informativa que atenda as demandas e anseios da população. Em suas narrativas, verifica-se que este tipo de mídia prioriza as vozes das pessoas que estão diretamente ligadas a um fato e que são atingidas por determinadas situações como a negação de direitos, e até mesmo, pelos próprios estereótipos criados pela cobertura da mídia hegemônica.

Fundada em 2011, a Agência Públicaé especializada na produção de reportagens fundamentadas em quatro eixos de investigação: direitos humanos; Copa do Mundo; Olimpíadas; mega investimentos na Amazônia; Corrupção, Meio Ambiente e Ditadura Militar.

Sem fins lucrativos, o veículo sustenta-se por meio de um sistema de financiamento coletivo, no qual os custos da produção das reportagens são doados pelos leitores e por instituições como a Fundação Ford, a *Omidyar* *Network* e a *Open Society Foundation*. O desprendimento às receitas publicitárias tem como objetivo manter a independência editorial da Agência Pública e democratizar a informação, uma vez que os temas debatidos têm como visibilidade o interesse público.

 Para contextualizar o cenário eleitoral brasileiro em 2018, a pesquisa aborda a ascensão de grupos de extrema direita no Brasil, com base nas referências teóricas da obra “O Ódio como Política”, organizada por Esther Solano. Também será abordada a ideia dos pesquisadores da Universidade de Harvard, Steven Levitsky e Daniel Ziblatt que apontam características de governos autoritários e como as atitudes e os discursos dessa linha de governo podem afetar as democracias.

No cenário eleitoral de 2018, a disseminação de informações falsas e mensagens de ódio, violência e intolerância a determinados grupos foi frequente. Algumas vezes, a violência passou da verbalidade para agressões físicas.

Diante desse contexto, o jornalismo com sua função social atua com a responsabilidade de denunciar publicamente os atos violentos, bem como contextualizar a origem deles, elucidando como os discursos políticos podem serem propagadores dessas atitudes. Ao atuar na exposição e contextualização desses fatos, o jornalismo contribui para a ampliação do debate público e ações que combatam esse tipo de violência.

A Agência Pública foi o veículo escolhido para a análise devido às suas características de mídia radical e pela prática de reportagem em profundidade que se diferencia da cobertura dos veículos jornalísticos tradicionais.

**Análise**

A cobertura da eleição presidencial de 2018 pela Agência Pública começou em meados de abril, quando a agência promoveu um debate com jornalistas do Nexo, Folha de S. Paulo e da revista Piauí. No encontro, os jornalistas desses veículos de comunicação discutiram os desafios de cobrir a candidatura de Jair Bolsonaro tendo como base um histórico de declarações de teor machista, racista e antidemocrático do candidato.

No mês de agosto, as reportagens foram basicamente sobre as declarações dos candidatos com base em um trabalho de fact-checking, permanecendo com este viés de abordagem até outubro de 2018, mês em que de fato o eleitor iria às urnas. A partir de outubro, nota-se uma mudança de narrativa da Agência Pública que passou a priorizar reportagens com as temáticas de violência eleitoral.

Uma das primeiras reportagens da Agência Pública neste período, trata sobre a possível existência de um “kit gay” nas escolas públicas, professores e especialistas foram ouvidos. A reportagem “As eleições do kit gay”, faz referência a uma das principais informações falsas disparadas contra o PT ao longo da corrida pelo segundo turno. Além da desinformação, esse suposto material foi usado para atacar LGBTs.

Chama a atenção também a reportagem sobre a violência eleitoral que se intensificou neste período. O material traz dados que várias agressões foram cometidas por apoiadores de Bolsonaro e há relatos de ataques e agressões contra LGBTs, jornalistas e militantes ligados aos movimentos sociais.

A primeira reportagem publicada após o segundo turno, em 12 de novembro, apresentou a intensificação dos casos de violência durante este período. O texto foi produzido por sete repórteres e por um infografista.

A abordagem girou sobre um levantamento realizado pela Agência Pública que registrou 65 casos de agressões por motivação política, entre homicídios, espancamentos e estupro. O material traz dados de violência cometidos em todas as regiões do país. As fontes ouvidas pelos jornalistas são constituídas pelas vítimas e por familiares, além de especialistas. Percebe-se que há uma humanização no relato, por exemplo ao descrever a história de uma militante. A contextualização da reportagem é feita quando se cita os constantes discursos de Jair Bolsonaro contra determinados grupos. Em um dos exemplos, a reportagem expõe um trecho no qual o presidente se referia aos apoiadores do PT como “marginais vermelhos” e a grupos ativistas como “esse tipo de gente”. Insultos e agressões verbais em comentários de postagens nas redes sociais também foram abordadas pela reportagem. Ressalta-se que os levantamentos dos casos de violência foram realizados pela Agência Pública e não por outras fontes como Secretaria de Segurança Pública.

Em 30 de novembro de 2018, foi publicada a reportagem “Morte, incêndio, ameaças e agressões no campo marcam a ascensão eleitoral de Bolsonaro” que apresenta um levantamento de 11 casos de violência e intimidação durante o período das eleições.

A reportagem começa com o relato de moradores de barracos das ocupações do Movimento dos Trabalhadores Rurais sem Terra (MST) sobre um incêndio realizado na véspera do segundo turno das eleições. De acordo com as fontes, o fogo começou depois que elas ouviram o barulho de uma caminhonete e o homens gritando: “Bolsonaro”.

No Brasil, a questão da distribuição de terras é um problema histórico que desafia a busca por soluções e é uma das principais causas de conflitos no campo, entre líderes de movimentos sociais e fazendeiros. Segundo dados da Comissão Pastoral da Terra (CPT), em 2018, foram cometidos 24 assassinatos por questões de terra, 54% das vítimas eram líderes de movimentos sociais.

Retomando a análise da reportagem sobre violência no campo, a Agência Pública faz a contextualização do aumento dos conflitos no campo, devido aos discursos de Jair Bolsonaro contra movimentos como o MST. Abaixo, o trecho que a Pública utilizou para demonstrar o posicionamento do presidente.

A campanha de Jair Bolsonaro foi marcada por ameaças e palavras de ódio aos movimentos sociais e aos “vermelhos”. Ele prometeu tratar como atos terroristas ações do MST e do Movimento dos Trabalhadores Sem Teto (MTST). “Vocês, petralhada, verão uma Polícia Civil e Militar com retaguarda jurídica para fazer valer a lei no lombo de vocês”, ameaçou. “Bandidos do MST, bandidos do MTST, as ações de vocês serão tipificadas como terrorismo. Vocês não levarão mais o terror ao campo ou às cidades”, declarou. (PÚBLICA, 2018).

Ao longo do material, a Agência Pública apresenta uma série de relatos de ameaças de fazendeiros destinadas a ativistas que têm como causa o direito à terra e a luta por políticas de redistribuição.

Uma abordagem polêmica que também é tratada na reportagem diz respeito a demarcação de terras indígenas, uma das principais causas de conflitos entre indígenas e fazendeiros, principalmente, em estados como o Mato Grosso do Sul. Bolsonaro apresenta discursos que se opõem a iniciativa de novas demarcações. Em um trecho destacado pela Agência Pública, o presidente afirma que “os índios devem se moldar à sociedade.” A reportagem expõe vários casos de violência a indígenas.

Nas reportagens analisadas, é possível detectar o amplo trabalho de apuração da Agência Pública embasada em documentos e na versão das vítimas da violência eleitoral. Além do aprofundamento na apresentação dos fatos e por dar voz as pessoas atingidas por este tipo de violência, a Agência Pública atua na ampliação do debate democrático pois contextualiza a política de ódio da extrema-direita com o avanço da violência contra os grupos alvos, compostos na maioria das vezes por mulheres, ativistas, negros, LBGTs e povos indígenas.

**CONSEDERAÇOES FINAIS**

A informação é um instrumento fundamental para as sociedades democráticas. Por meio dos veículos de comunicação, a população fica informada a respeito de vários assuntos que variam de condições climáticas a pandemias.

Sobretudo, em períodos eleitorais, o papel do jornalismo é ainda mais relevante, pois por meio das informações, os eleitores conhecem os candidatos, as propostas, bem como o histórico de cada político. Esses dados ajudam o eleitor a fazer escolhas antes de ir às urnas. Nos processos eleitorais, o debate público sobre vários temas como: segurança pública, saúde, educação, previdência e desemprego muitas vezes são pautados pelos debates promovidos pelos veículos de comunicação.

No entanto, nos últimos anos, o fenômeno da Pós-Verdade caracterizado por uma situação na qual as narrativas sobrepõem aos fatos, desencadeou uma onda de desinformação em todo o mundo, principalmente em relação ao cenário político. Em países com a formação de grupos e partidos de extrema-direita, a desinformação soma-se ao discurso de ódio contra determinados grupos, deste modo, aumentando ainda mais um cenário de violência política.

Em tempos de governos populistas, nota-se a disseminação de discursos machistas, misóginos, homofóbicos e racistas que acabam por refletir na violência contra esses grupos tidos por esses governos autoritários como “causadores de males sociais”. Outra caraterística da retórica populista é a negação de fatos e das evidências. As narrativas são construídas de modo que as pessoas escolham no que “querem acreditar”.

Esse tipo de narrativa encontra terreno fértil diante da falta de credibilidade no jornalismo, que era tido como “o guardião dos fatos” e o “grande mediador do interesse público”. A apropriação social da tecnologia consistiu em um desmonte da hegemonia dos meios de comunicação de massa como a única fonte de informação das sociedades. Este processo apresenta pontos positivos e negativos: positivamente, as tecnologias proporcionaram maior participação democrática da população, a exemplo, dos levantes árabes que foram organizados por meio das redes sociais. Outro aspecto positivo foi a propagação de novos arranjos de mídia com a finalidade de produzir informação alternativa aos padrões dos veículos corporativos, como é o caso da Agência Pública beneficiando a parcela social que não tem voz nesses veículos. Destaca-se também o uso da tecnologia pelos movimentos sociais como uma ferramenta de propagação de ideais e na convocação da população no apoio às causas por eles defendidas.

A cobertura sobre violência eleitoral realizada pela Agência Pública apresenta um grande aprofundamento dos fatos, dá voz aos que não são ouvidos pela mídia corporativa e convidam o leitor para a reflexão sobre como os discursos de ódio proferidos por líderes populistas e às vezes, antidemocráticos potencializam a violência contra mulheres, negros, ativistas, LGBTs e povos indígenas, marcando as eleições como um processo violento e não democrático como deveria ser.

**Referências**

ANCONA, Matthem D´. **Pós-verdade**: a nova guerra contra os fatos em tempos de Fake News. Tradução: Carlos Szlak. 1ªed. Barueri: Faro Editorial, 2018.

CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança**: movimentos sociais na era da internet. 2ª Ed. Tradução: Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

CHAUÍ, Marilena. **Simulacro e poder**: uma análise da mídia. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2006.

CHOMSKY, Noam. **Mídia** - propaganda política e manipulação. Tradução: Fernando Santos. São Paulo: Martins Fontes, 2014.

DOWNING, John. **Mídia Radical** - rebeldia nas comunicações e movimentos sociais. 2ª Ed. São Paulo: Senac, 2004.

KOVACH, Bill.; ROSENTIEL, Tom. **Os elementos do Jornalismo** – O que os jornalistas devem saber e o público deve exigir. Tradução de Wladimir Dupont. 2ª ed. São Paulo: Geração Editorial, 2004.

LEVITSKY, Steven; ZIBLATT, Daniel. **Como as democracias morrem**. Tradução: Renato Aguiar. Rio de Janeiro: Zahar, 2018.

MALINI, Fábio; ANTOUN, Henrique. **A internet e a rua.** Porto Alegre: Sulina, 2013.

MARTINO, Luis M. S. **Teorias das mídias digitais** – linguagens, ambientes e redes. Petrópolis: Vozes, 2014.

PRIOR, Helder. Populismo e desinformação em tempos de pós-verdade. In: Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 17, 2019, Goiânia. **Anais do 17º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo.** Goiânia, Universidade Federal de Goiás, 2019. Disponível em <<http://sbpjor.org.br/congresso/index.php/sbpjor/sbpjor2019/paper/viewFile/2206/1056>>.

RIBEIRO, Márcio Moretto. Antipetismo e conservadorismo no Facebook. In: GALLEGO, Esther Solano (org). **O ódio como política** – a reinvenção das direitas no Brasil. São Paulo: Boitempo, 2018.

SOUZA, Jessé. **A elite do atraso**: da escravidão à Lava Jato. Rio de Janeiro: Leya, 2017.

1. Mestra em Mídia e Tecnologia pelo Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia da Unesp-Bauru. Docente do curso de jornalismo das Faculdades Integradas de Fernandópolis. Membro Núcleo de Estudos e Observação em Economia Criativa (NeoCriativa/FAAC/UNESP/Bauru).

E-mail: andresaoliveira.carol84@gmail.com. [↑](#footnote-ref-1)
2. Informação *on-line* disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/folha/ombudsman/cargo.shtml>. Acessado em 01 set. 2014, às 23h36. [↑](#footnote-ref-2)
3. Jornalismo colaborativo consiste na colaboração de conteúdo entre produtores e receptores de informação. [↑](#footnote-ref-3)