



Bolsonaro e Lula seguem caminhos opostos na campanha, a fim de conquistar eleitores em regiões nas quais o adversário se sai melhor

# Caçada pelo voto no campo do adversário

» VINICIUS DORIA

Os dois candidatos que polarizam a disputa presidencial adotam, neste fim de semana, a mesma estratégia para conquistar votos: incursões em territórios pouco amistosos. Ambos agendaram viagens a estados em que o adversário leva vantagem nas pesquisas de intenção de votos. Enquanto Luiz Inácio Lula da Silva (PT) programa eventos nos três estados do Sul, o presidente Jair Bolsonaro (PL) agendou para amanhã uma visita a Garanhuns, cidade natal do adversário, e Caruaru, em Pernambuco.

Pelo Datafolha divulgado ontem, Lula tem 12 pontos percentuais de vantagem sobre Bolsonaro. Permanece com 45% das intenções de voto, o mesmo percentual da sondagem anterior, e pela margem de erro teria entre 43% e 47%. O presidente caiu um ponto na comparação com o levantamento feito no começo do mês: passou de 34% para 33% — na margem de erro estaria entre 31% e 35% das intenções de votos. Ciro Gomes (PDT) passou de 7% para 8% e Simone Tebet (MDB) se manteve em 5%.

Lula desembarca, hoje, em Porto Alegre, para participar de um comício no Largo Glênio Peres, no centro da capital gaúcha. Amanhã, estará em Curitiba, cidade onde passou 580 dias preso em uma unidade da Polícia Federal.

O ex-presidente vai discursar na famosa Boca Maldita, trecho da Avenida Luiz Xavier, no centro curitibano, local tradicional de encontros e discussões políticas da capital paranaense. De acordo com as últimas pesquisas disponíveis nos dois estados, feitas entre os dias 4 e 8 de setembro e contratadas pela consultoria Arko Advice, Lula empata com Bolsonaro no Rio Grande do Sul (40,7% a 40,2%) e lidera no Paraná (42,7% a 38,2%).

O périplo sulista termina domingo, em Santa Catarina, o estado que mais votos entregou a Bolsonaro em 2018 — 76% dos válidos no segundo turno. No pleito deste ano, o presidente segue como favorito entre os catarinenses. De acordo com levantamento do Ipec feito no fim de agosto, ele lidera com 50% das intenções de voto, contra 25% do petista.

Ontem, Lula participou de um comício em Montes Claros, no Norte de Minas Gerais, em companhia do candidato ao governo

Cleber Caetano/PR



Presidente faz nova incursão pelo Nordeste, dessa vez na cidade natal de Lula e em Caruaru, em Pernambuco

Ricardo Stuckert



Petista segue para os estados do Sul do país, região que está majoritariamente fechada com Bolsonaro

do estado pelo PSD, Alexandre Kalil. A campanha tem priorizado os estados do Sudeste, que concentram a maioria do eleitorado brasileiro.

A ida de Lula a Minas também atende ao apelo de Kalil, que enfrenta dificuldades para subir nas pesquisas de opinião, lideradas pelo governador Romeu Zema (Novo), que tenta a reeleição. O ex-prefeito de Belo Horizonte faz campanha colando sua imagem à do petista, que lidera a preferência da corrida

pelo Palácio do Planalto entre os eleitores mineiros.

## Muralha

A ida de Bolsonaro ao Agreste de Pernambuco, amanhã, será a segunda incursão a terras nordestinas em menos de quatro dias. Anteontem, esteve em Natal, onde participou de um encontro com mulheres, liderou uma motocicleta e discursou no palanque montado pelo ex-ministro do Desenvolvimento Regional Rogério

Marinho (PL), candidato ao Senado. O Rio Grande do Norte é governado por Fátima Bezerra, do PT, que tenta a reeleição.

Amanhã, Bolsonaro visita Garanhuns e Caruaru. Estão previstos encontros com evangélicos, motocicletas e comícios nas duas cidades. No Nordeste, segundo a última pesquisa Ipec, divulgada na semana passada, Lula tem a preferência de 56% dos eleitores, mais que o dobro das intenções de voto declaradas para o presidente, que somam 23%.

# Redes de novo influenciam escolha

» TAÍSA MEDEIROS

A utilização das redes sociais como fonte de informação foi determinante para a eleição do presidente Jair Bolsonaro (PL) em 2018 — e esse fenômeno pode se repetir. A conclusão é de estudo publicado na *Revista Dados*, realizado por pesquisadores da Universidade Federal de Goiás (UFG), da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ) e da Universidade Federal do Pará (UFPA).

Segundo o levantamento, em 2018 o fato de Facebook, WhatsApp e YouTube terem sido utilizados como canais de informação sobre política quase dobrou as chances de voto em Bolsonaro. Apesar de este ano o cenário ser diferente — os candidatos entendem a importância da forte presença nas redes sociais digitais —, para o professor Pedro Santos Mundim, da UFG e um dos autores do artigo, “o uso político dessas ferramentas, natural e normal, vai acontecer nessa eleição de novo”.



**(O Telegram) é uma mídia que não foi investigada em 2018. Acredito que vai haver ainda essa correlação entre determinadas mídias com a maior probabilidade de voto do Bolsonaro**

**Pedro Santos Mundim**, professor da UFG e integrante do estudo sobre o impacto das redes sociais nas eleições de 2018 e 2022

“Quando o ecossistema midiático muda, muda a política também, já que os políticos são perseguidores de multidões. Acho que sim, a tendência (de as redes sociais terem impacto nas eleições) pode se repetir”, aponta Mundim.

Entre as mudanças nos contextos de 2018 e 2022, para este ano há a regulamentação das redes sociais, firmada tanto pelo

Tribunal Superior Eleitoral (TSE) quanto pelas próprias administradoras das plataformas. Outro fator é o surgimento de um novo veículo, o Telegram.

“É uma mídia que não foi investigada em 2018, aparece agora e, talvez, tenha um efeito semelhante ao que o WhatsApp teve. Acredito que vai haver ainda essa correlação entre determinadas mídias com a maior

probabilidade de voto do Bolsonaro”, salienta.

Os pesquisadores fizeram uma análise estatística dos dados do Estudo Eleitoral Brasileiro (Eseb), realizado logo após o segundo turno das eleições de 2018. O trabalho mostrou que a pauta de costumes — com destaque para o discurso anti-pluralista, valores religiosos e de direita — teve um alto impacto nas redes sociais, do qual Bolsonaro se beneficiou.

Ao todo, foram entrevistados 2.506 eleitores, com 16 anos ou mais — a margem de erro foi de 2,2% (para mais ou menos). As chances de voto em Bolsonaro aumentaram em 97% entre os usuários que se informaram sobre política por meio do WhatsApp, e 62% a mais entre os que se informaram pelo Facebook. O estudo mostra também que as chances de optar pelo presidente foram maiores entre os evangélicos (83% eleita mais). Houve 23% menos chances de voto entre as mulheres e 45% menos chances entre os mais escolarizados.

## NAS ENTRELINHAS

Por Luiz Carlos Azedo



Luizazedo.df@dabr.com.br



## Violência contra Vera espreita todos nós

Nossa colega Vera Magalhães, vítima de um ataque direto do presidente Jair Bolsonaro (PL) no debate dos presidenciais na Band e, agora, mais recentemente, de uma agressão verbal do deputado paulista Douglas Garcia (Republicanos) — que está sendo investigado pelo Ministério Público por suspeita de crime de *stalking* e dano emocional àquela profissional —, tornou-se uma espécie de símbolo do relacionamento oficial do atual governo com a imprensa.

Na verdade, as grosserias e agressões a jornalistas por parte de Bolsonaro e seus aliados ocorrem desde o começo do governo, tendo como cenário privilegiado o famoso cercadinho do Palácio da Alvorada, local utilizado pelo presidente para suas conversas com apoiadores e entrevistas quebra-queixo com os jornalistas credenciados na Presidência. E se reproduzem nas redes sociais.

No livro *A Política como Vocaçao* — na verdade uma palestra famosíssima, em 1918, na Universidade de Munique —, o sociólogo alemão Max Weber discorre longamente sobre as atividades dos jornalistas. Publicada um ano depois, a obra é um clássico da ciência política e referência para os estudantes de jornalismo, pois mostra que a profissão é inseparável da política.

Ao falar sobre os jornalistas, Weber dizia que somos uma espécie de “casta de párias” e, por isso, “as mais estranhas representações sobre os jornalistas e seu trabalho são, por isso, correntes”. Com razão, afirmava que a vida do jornalista é muitas vezes “marcada pela pura sorte”, sob condições que “colocam à prova constantemente a segurança interior, de um modo que muito dificilmente pode ser encontrado em outras situações”.

É o que está acontecendo com Vera Magalhães, cujo texto contundente e sempre bem contextualizado se destaca entre os analistas políticos, além do fato de que faz parte de uma geração que transitou do jornalismo impresso para a comunicação multimídia com pleno êxito. Ela se tornou uma “persona” nas redes sociais, mas sua imagem não está descolada da personalidade, do talento e da vida pessoal, pois a sua coragem e firmeza como profissional e mulher independente fazem parte do ethos da profissão que escolheu. Como se sabe, antropológicamente falando, ethos é o conjunto dos costumes e hábitos fundamentais, no âmbito do comportamento e da cultura de uma coletividade — ou seja, nossos valores, ideais e crenças.

Weber resumiu a ópera: “A experiência com frequência amarga na vida profissional talvez não seja nem mesmo o mais terrível. Precisamente no caso dos jornalistas exitosos, exigências internas particularmente difíceis lhe são apresentadas. Não é de maneira alguma uma iniquidade lidar nos salões dos poderosos da terra aparentemente no mesmo pé de igualdade (...). Espantoso não é o fato de que há muitos jornalistas humanamente disparatados ou desvalorizados, mas o fato de, apesar de tudo, precisamente essa classe encerra em si um número tão grande de homens valiosos e completamente autênticos, algo que os outsiders não suporiam facilmente”.

Aquela época, as mulheres ainda não eram a maioria na categoria, como agora, muitas das quais comandando as redações, como a diretora de Redação aqui do *Correio*, Ana Dubeux. Mesmo assim, essas observações são atualíssimas e servem para elas, principalmente as que estão em começo de carreira, que sofrem duplo preconceito, por serem jornalistas e mulheres.

Trabalho cercado de jovens jornalistas. Encanta-me a forma como encaram a profissão, com sede de verdade e coragem para enfrentar os desafios de uma atividade que passa por mudanças inimagináveis quando comecei minha carreira profissional, lá se vão mais de 50 anos.

## Era digital

O tema da violência faz parte da vida dos jornais e do jornalismo. Não raro, os jornalistas são as vítimas, como aconteceu tantas vezes no Vietnã, no Afeganistão e, agora, na Ucrânia. Nos grotões do nosso país, ainda hoje, segundo a Associação Brasileira de Imprensa (ABI), são constantes as intimidações e os assassinatos de profissionais de imprensa.

Mas vivemos num mundo muito diferente daquele que Weber conheceu. Com a revolução digital, os meios de comunicação e os jornalistas perderam o monopólio da notícia. Ela chega pelo celular em tempo real, com imagens flagradas pelo cidadão comum — o “furo”, a notícia exclusiva no jargão das redações, nem sempre é nosso. Porém, mesmo assim, sua veracidade exige comprovação e ninguém apura as informações com mais precisão e processa as notícias com mais qualidade do que os jornalistas profissionais. A missão permanece a mesma; o contexto, os meios e as plataformas é que mudaram.

Somos diariamente desafiados a desnudar a verdade, confrontados por fake news, poderosos instrumentos de luta política, como foram os velhos panfletos apócrifos e publicações fictícias, quase sempre contra o Estado democrático e/ou tratando os adversários como inimigos, muitas vezes jurados de morte.

Nessa guerra entre a verdade e as mentiras, os jornalistas são a infantaria da democracia, com a missão de desarmar seus inimigos. Não é uma empreitada fácil, porque o ambiente beligerante, que justifica essa analogia com a guerra, infelizmente hoje é uma triste realidade em nosso país — muito mais grave do que já era, porque há uma política oficial de promover a formação de milícias políticas, armadas até os dentes.

A propósito, a expressão monopólio da violência (*gewaltmonopol des staates*) foi cunhada por Weber, como atributo do Estado ocidental moderno — ou seja, o uso legítimo da força física dentro de um determinado território em defesa da sociedade. Esse poder de coerção é exercido pelo Estado por meio de seus agentes legítimos. Entretanto, para isso, é preciso um poder que os obrigue a respeitarem o contrato.

O Estado sozinho, absoluto, porém, não resolve o problema. É preciso garantir liberdade e direitos aos cidadãos. É aí que John Stuart Mill, no século XIX entra em cena em *Sobre a Liberdade* (1859): o Estado deve preservar a autonomia individual e, ao mesmo tempo, evitar a tirania da maioria.

Tudo é permitido ao indivíduo, desde que as suas ações não causem danos a terceiros.