

Luis Felipe Miguel

Professor titular do Instituto de Ciência Política da Universidade de Brasília (UnB), onde coordena o Grupo de Pesquisa sobre Democracia e Desigualdades (Demodê). Pesquisador do CNPq.

E-mail: luisfelipemiguel@gmail.com

Jornalismo, polarização política e a querela das *fake news*

Luis Felipe Miguel

Resumo

Neste artigo, discuto a posição da imprensa brasileira diante do chamado problema das “notícias falsas”, no contexto de uma crescente polarização política da qual essa imprensa era um importante estimulador, o que amplia as ambiguidades de sua reação. A questão é analisada à luz dos desafios que as novas tecnologias trouxeram ao jornalismo profissional, tanto como instituição quanto como empresa econômica, e à medida que o discurso sobre notícias falsas é mobilizado, em primeiro lugar, para reforçar sua posição tradicional. A grande imprensa brasileira, no entanto, encontra-se em uma posição ambígua diante do avanço do bolsonarismo, que é simultaneamente a última salvação contra uma vitória indesejada do Partido dos Trabalhadores (PT) e uma ameaça ao capital político do próprio jornalismo. Concluindo, tento demonstrar como as crises paralelas da democracia liberal e do jornalismo são reflexos de suas limitações históricas e não podem ser combatidas simplesmente com a aspiração de um retorno improvável ao passado.

Palavras-chave: Notícias falsas. Polarização política. Política brasileira.

Journalism, political polarization, and the fake news controversy

Abstract

In this article, I discuss the position of the Brazilian press in the face of the so-called “fake news” problem, in the context of a growing political polarization of which this press was an important stimulator, which amplifies the ambiguities of its reaction. The issue is analyzed in the light of the challenges that the new technologies have brought to professional journalism, both as an institution and as an economic enterprise, and as the discourse on fake news is mobilized, in the first instance, to reinforce its traditional position. The great Brazilian press, however, finds itself in an ambiguous position in the face of the advance of bolsonarismo, which is simultaneously the last lifeline against an undesired victory of the Workers Party (PT) and a threat to the political capital of journalism itself. In conclusion, I try to demonstrate how the parallel crises of liberal democracy and journalism are reflections of their historical limitations and can not be countered simply with the aspiration of an improbable return to the past.

Key words: Fake news. Political polarization. Brazilian politics.

Quando a Guerra Fria terminou, com a vitória do Ocidente e o desmonte do mundo soviético, muitos vaticinaram o início de uma era de ouro para a democracia liberal – alguns, mais exaltados, chegaram a proclamar que a humanidade estava chegando ao “fim da história” (FUKUYAMA, 1992)¹. Não tardou, porém, para que as perspectivas se tornassem mais sombrias. Primeiro, vozes críticas indicaram como a imposição da razão de mundo neoliberal minava os acordos básicos que permitiam a vigência do modelo democrático até então dominante (CROUCH, 2004; BROWN, 2006). Na periferia do capitalismo, golpes “brandos” assinalavam que as regras da democracia concorrencial tinham vigência incerta ou líderes manifestamente autoritários subiam ao poder. Por todo lado, partidos menos ou mais abertamente saudosos do fascismo ganhavam peso eleitoral. Com a vitória de Donald Trump nas eleições presidenciais estadunidenses de 2016, os alarmes deixaram de ser discretos e a sensação de que a democracia liberal estava sob forte ameaça chegou ao *mainstream* das ciências sociais (CASTELLS, 2017; LEVITSKY; ZIBLATT, 2018; RUNCIMAN, 2018).

Um dos elementos que compõem o cenário da crise da democracia – como causa, como consequência ou como efeito colateral – é a mudança no ambiente informacional, com a presença cada vez mais importante de notícias falsas, disseminadas por sistemas alternativos de comunicação, que fortalecem o sentimento de pertencimento a grupos políticos rivais e solapam a possibilidade de um diálogo abrangente. Na democracia liberal, imaginava-se, o jornalismo cumpria duas atribuições indispensáveis. Por um lado, fiscalizava o governo, gerando transparência para suas ações e possibilitando o bom exercício da *accountability* eleitoral. Por outro, estabelecia um terreno comum de problemas e de informações factuais que permitia o debate público entre as diversas correntes políticas e grupos de interesse. A ascensão das chamadas *fake news* minou ambas as funções e comprometeu o desempenho da democracia liberal tanto em sua dimensão autorizativa quanto em sua dimensão deliberativa².

No Brasil, a preocupação com as *fake news* (ainda que o termo só tenha se popularizado depois) cresce com a ampliação da polarização política, a partir das manifestações de junho de 2013, passando pela tumultuada eleição presidencial de 2014, pela preparação e deflagração do golpe de 2016 e, enfim, pela vitória do candidato da extrema-direita, Jair Bolsonaro, na eleição presidencial de 2018. Bolsonaro, cuja candidatura foi alicerçada no uso deliberado de mentiras veiculadas por mídias sociais (em especial *WhatsApp* e *Youtube*) e que recusou qualquer tipo de debate ao longo da campanha, transformou-se no emblema local de uma nova era, na qual o jornalismo profissional é marginalizado e o líder político se relaciona de forma imediata com uma multidão não mais de cidadãos, mas de “seguidores”, usando um discurso que não é desafiado por qualquer checagem factual, muito menos por discursos opostos – tal como Donald Trump, que é uma inspiração óbvia para a estratégia política que adotou.

Falei em “polarização política”. A expressão tornou-se corrente, entre analistas do cenário brasileiro recente, mas precisa ser matizada: trata-se de uma polarização assimétrica. Hegemonizada pelo Partido dos Trabalhadores e, dentro dele, pelas correntes alinhadas ao lulismo, a esquerda brasileira adotou há muito tempo e permanece adotando um programa conciliatório, que não desafia o capitalismo nem promove a subversão das hierarquias sociais vigentes, limitando-se a buscar a redução das desigualdades mais gritantes e a ampliação das oportunidades dos mais desfavorecidos. Foi a direita que se radicalizou, rompeu com a conciliação que os governos petistas encarnavam, passou a recusar qualquer espaço de diálogo e adotou, em diferentes frentes, um discurso de combate sem tréguas – contra os direitos trabalhistas, contra o feminismo, contra o Estado social. Contra, enfim, todas as promessas igualitárias do pacto encarnado na Constituição de 1988.

Assimétrica ou não, a polarização leva à redução da possibilidade de debate entre grupos políticos concorrentes e, por isso, é um componente presente na definição de *fake news*. A disseminação de inverdades com o objetivo de atingir adver-

¹Este artigo retoma e amplia uma intervenção na mesa-redonda “Discurso, mídia, memória”, no IV Seminário Discurso, Cultura e Mídia, ocorrido na Unisul (Palhoça-SC), de 12 a 14 de novembro de 2018. Agradeço aos participantes do seminário, pelos comentários, críticas e sugestões, e também a leitura prévia de Regina Dalcastagnè.

²Ao longo deste texto, curvo-me ao uso corrente no ambiente acadêmico brasileiro e adoto os desnecessários termos ingleses para *fake news*, *fact checking*, *gatekeepers* etc. A opção por “notícias falsas”, “checagem de fatos”, “seletores” etc. indicaria uma saudável reação ao anglicismo, mas geraria ruído na comunicação com os leitores.

sários políticos não é nova. Mas as *fake news* contemporâneas possuem características próprias. Podem ser motivadas por interesses políticos ou, então, apenas econômicos – como os “caça-cliques”, que como regra são alheios às disputas nas quais intervêm e estão buscando apenas a remuneração de publicidade gerada pelo aumento do tráfego em seus canais na *web*³. Mas participam de um ecossistema que, em uma primeira aproximação, pode ser definido por meio de três elementos complementares:

(a) o ceticismo quanto às fontes de conhecimento até então reconhecidas, como o jornalismo profissional, a ciência e a escola, próprio da condição que foi batizada como “pós-verdade” (ausência de qualquer critério fidedigno de validação da informação, levando a uma indeterminação perene);

(b) a atração por teorias conspiratórias que fazem com que estas mesmas fontes de conhecimento apareçam não apenas como incertas, mas como participantes ativas de complôs para difundir e sedimentar inverdades (da qual o terraplanismo é um exemplo extremo e eloquente); e

(c) o uso das novas tecnologias da informação e da comunicação como ferramentas incontrolláveis para a geração de circuitos de difusão de verdades alternativas, que, graças aos fatores descritos em (a) e (b), tornam-se virtualmente invulneráveis a qualquer escrutínio crítico.

Fica claro que a prevalência das *fake news* põe em xeque não apenas a democracia, mas também a legitimidade do jornalismo. Neste artigo, discuto a posição da imprensa brasileira diante do problema, no âmbito de uma crescente polarização política da qual esta mesma imprensa foi importante estimuladora, o que amplia as ambiguidades de sua reação. Na primeira seção, trato dos desafios que as novas tecnologias trouxeram para o jornalismo profissional, tanto como instituição quanto como empreendimento econômico, e como o discurso sobre as *fake news* é mobilizado, em um primeiro momento, para reforçar sua posição tradicional. Na segunda seção, analiso a posição assumida pela grande imprensa brasileira no contexto da polarização crescente da política nacional e suas reações ao avanço do bolsonarismo, que é simultaneamente a última tábua de salvação contra uma indesejada vitória do Partido dos Trabalhadores (PT) e uma ameaça ao capital político do próprio jornalismo. Por fim, na breve conclusão, busco demonstrar como as crises em paralelo da democracia liberal e do jornalismo são reflexos de suas limitações históricas e não têm como ser combatidas simplesmente com a aspiração de uma improvável volta ao passado.

O admirável mundo novo

O jornalismo se firma como sistema, nas sociedades modernas, graças à necessidade, gerada também pela vida moderna, do provimento regular de informações sobre eventos que, embora distantes, têm impacto na vida de cada um. Ele se apresenta, assim, como uma forma de conhecimento cristalizado no singular, seguindo a já clássica definição de Adelmo Genro Filho (1987)⁴. Toma a forma de um empreendimento especializado na tarefa de produzir, “empacotar” e disponibilizar informações para um público de consumidores, financiando-se seja por dotação estatal, seja pela venda das informações ao público e pela venda do público aos anunciantes. Ao fazê-lo, cumpre os papéis de selecionar quais são, entre os incontáveis acontecimentos do mundo, os fatos relevantes para a vida em sociedade (função de *gatekeeper*) e de estabelecer um “chão” de informações comuns para o exercício da sociabilidade e para o balizamento do debate público (função de agenda).

Tal como outros sistemas de *expertise* no mundo contemporâneo, o jornalismo exige de seu público a confiança naquilo que ele lhe fornece. Normalmente, o leitor do jornal ou espectador do telejornal não tem como averiguar por conta própria a veracidade das informações que lhe são apresentadas, tanto quanto o passageiro do avião em geral não domina a física que explica como a aeronave levanta voo. Eles acreditam em competências que não são suas. No caso da aeronáutica, existem agências de certificação e de fiscalização que avalizam a confiança do cliente.

³Persily (2017, p. 67) indica quatro diferentes fenômenos que são por vezes reunidos sob o rótulo de *fake news*: reportagens descuidadas, falsificações com objetivo satírico, falsificações com objetivo de ganho econômico e falsificações com objetivo de propaganda política. Embora todos os quatro possam ter efeito político, entendo que é melhor estabelecer como critérios o caráter deliberado e oculto da desinformação, o que nos deixa apenas com as duas últimas categorias da lista.

⁴O enquadramento lukaciano da teoria de Genro Filho, informado pela tríade singular-particular-universal, tende a produzir uma definição muito restritiva da prática jornalística, cujos problemas não cabem discutir aqui. Uso a definição apenas para apontar que o jornalismo surge como fornecedor de um tipo específico de conhecimento socialmente necessário, o que embasa sua legitimidade.

No caso do jornalismo, esta garantia seria dada pelos veículos concorrentes (MIGUEL, 2014, cap. 5)⁵.

A concorrência funciona como fiscalização na medida em que todos os veículos, submetidos aos constrangimentos do campo jornalístico e elaborados por profissionais com treinamento similar seguindo rotinas produtivas também similares, devem chegar mais ou menos ao mesmo resultado. Donde se conclui que o principal efeito ideológico do jornalismo, necessário para a geração de todos os efeitos ideológicos secundários, é transmitir a ideia de que o conhecimento singular que ele produziu é o conhecimento necessário, o conhecimento relevante para a vida social naquele momento. Em suma: embora estruturado em menor ou maior grau pela concorrência interna, o jornalismo se afirma historicamente como um sistema monopolístico de provimento das funções que o caracterizam.

Diante de discursos concorrentes, o jornalismo reage de forma diversa. Coloca-se como mediador entre o discurso científico e o público. E coloca-se como juiz do discurso político, dada sua posição de imparcialidade, objetividade e neutralidade ostensivas. Estes valores, afirmados no processo histórico de emergência de uma prática profissional autônoma e regulada por critérios próprios (SCHUDSON, 2003), são centrais na produção da autoimagem e da ideologia do jornalismo e nas disputas internas ao seu campo profissional específico. São os elementos fundantes da “credibilidade” que embasaria sua própria possibilidade de intervenção no mundo social.

As novas tecnologias da informação colocam em xeque todo este edifício, gerando um conjunto de desafios que o campo jornalístico tenta enfrentar. O desafio mais evidente toma a forma de uma crise de financiamento, que compromete a reprodução de suas práticas profissionais atuais. As novas plataformas da internet favorecem a circulação de informação *grátis* – e, mais do que isso, desconectada da publicidade comercial que, nos veículos que não cobravam diretamente dos consumidores, como rádio ou TV aberta, viria colada ao acesso à informação. Apesar dos gigantescos esforços das empresas, a propaganda *online* se mostra menos eficaz, seja porque é eliminada nos múltiplos compartilhamentos da informação, seja porque existem ferramentas para fugir dela, seja ainda porque enfrenta a resistência dos usuários que a veem como imposições que prejudicam a fruição dos conteúdos que desejam acessar. Ao mesmo tempo, um novo modelo de negócios, mais enxuto, compete por um lugar ao sol tendo como recompensa a remuneração que o *Facebook* ou o *Youtube* dão aos geradores de tráfego. Neste caso, a verba publicitária é destinada às plataformas, que transferem apenas uma fração aos produtores de conteúdo. Para que a conta feche, é necessário combinar um grande potencial para chamar a atenção do público (sensacionalismo) com um baixo custo de produção (amadorismo).

A busca de dinheiro fácil com informação barata e pouco confiável não é nova. Mas, se é possível dizer que “o caça-clique do *Facebook* é simplesmente o neto da manchete do tabloide” (BENKLER, FARIS e ROBERTS, 2018, p. 281), cabe também observar que o novo ambiente amplia as dificuldades para os concorrentes baseados em jornalismo sério. A produção da informação continua tendo custos. Se o consumidor não deseja pagar e se os anunciantes se retiram, quem vai quitá-los? Talvez patrocinadores que não desejam dar visibilidade a marcas e produtos, mas influenciar no debate público – e então o jornalismo é colocado a serviço de interesses políticos ou comerciais, retrocedendo em sua profissionalização. Embora o financiamento pelo mercado (de anunciantes e de leitores) tivesse problemas, ele permitia sustentar uma deontologia apoiada em valores de independência e imparcialidade, que nunca eram inteiramente realizados, mas formavam um horizonte normativo. Hoje, este horizonte está cada vez mais longínquo. Parece claro que, se quisermos manter algo parecido com o jornalismo do século XX, será necessário pensar em novas formas de sustentação econômica, do *crowdfunding* cidadão ao financiamento público para empreendimentos independentes, nos moldes da pesquisa acadêmica, como propõe Robert McChesney (2013).

Essa busca por novas formas de sustentar um jornalismo que não seja inteiramente refém de determinados interesses políticos e empresariais é necessária porque

⁵Apoiando-me em Giddens (1990), defini o jornalismo como um dos “sistemas peritos” que caracterizam a modernidade. Benkler, Faris e Roberts (2018, p. 5) expressam ideia semelhante ao descrever a emergência, no início do século XX, de “práticas institucionais e culturais projetadas para criar uma ordem compartilhada [...] em que os cidadãos eram forçados a enfrentar um mundo além de suas comunidades locais, valores e crenças”. São estabelecidos, então, procedimentos padronizados, sustentados em argumentação científica e com validade que se pretende universal, para disciplinas como a medicina, o direito ou a economia. A profissionalização do jornalismo acompanha este movimento.

a função que o jornalismo exerce precisa ser suprida por alguém. Mesmo que as novas tecnologias possam ter viabilizado o acesso direto a algumas das informações que o jornalismo provia, suas funções específicas de seleção e hierarquização ainda precisam ser preenchidas. Não quero ter que ler milhares e milhares de páginas de documentos vazados pelo *Wikileaks* ou assistir a horas intermináveis de vídeos postados por mídias-ninjas para, a partir daí, produzir uma compreensão de determinado acontecimento. Quero que alguém faça isso por mim e me aponte o que é o mais importante. Pode ser que a função de selecionador da informação seja ocupada por mais pessoas e por pessoas mais diferentes entre si, o que é potencialmente bom. Mas não é imaginável que cada um de nós precise se defrontar com uma avalanche de informação não selecionada e não hierarquizada a cada dia.

A multiplicidade de *gatekeepers* pode gerar uma multiplicidade de critérios de formação de agenda, o que também pode ser positivo. Mas leva ao risco de formação de grupos estanques que não se comunicam entre si. De fato, a disponibilidade quase inesgotável de informação pode levar a níveis antes inimagináveis de alienação. Não é só que, em busca da redução da dissonância cognitiva, somos atraídos para comunidades em que a exposição a pontos de vista diversos tende a se reduzir (SUNSTEIN, 2002) e que os algoritmos das redes sociais geram bolhas que ampliam este efeito. A abundância de informação permite uma especialização de foco que significa o desconhecimento de todo o resto. Posso ocupar todo o meu dia tendo como único item de minha dieta informacional as fofocas sobre uma dúzia de celebridades ou as movimentações de uma liga de futebol interiorana. No entanto, isso não elimina o fato de que haverá uma agenda pública que norteará as decisões de alcance coletivo. Se a multiplicidade de *gatekeepers* permite equalizar um pouco a disputa pela construção dessa agenda, isso é bom. Mas se serve apenas por nos tornar menos conscientes dela, por nosso isolamento em nossas próprias bolhas, isso é ruim.

Para o jornalismo profissional, resta uma situação de profunda ambiguidade. O ambiente que garantia seu quase-monopólio do provimento de informações foi erodido, logo suas condições de financiamento também. Essa crise de financiamento empurra as empresas para a venda de influência política. Mas a concorrência de novos agentes as obriga a reforçar o apelo ao profissionalismo específico que o distinguiria. A “credibilidade” pode ou não ser moeda corrente na relação entre jornalismo e público, mas é o estandarte que opera no próprio campo para marcar seu diferencial e o argumento central de autoridade de que ele dispõe.

Trata-se, portanto, de uma disputa pela posição de *gatekeeper* legítimo. Os novos agentes adotam como discurso a denúncia do alinhamento do campo jornalístico com uma posição (à esquerda ou à direita, dependendo do caso) e assumem a posição de desveladores de uma realidade oculta. O jornalismo, como revide, reforça em seu discurso o apego aos valores profissionais de objetividade, respeito à verdade factual e isolamento estrito entre notícia e opinião. Há décadas, os estudos vêm mostrando como o fundamento epistemológico do autodiscurso do jornalismo é frágil e dependente de estratégias de universalização de um ponto de vista que é socialmente situado e, portanto, particular (MIGUEL; BIROLI, 2011). Mas, diante da ameaça das *fake news*, ele é recuperado sem qualquer ressalva. Como observa Carlson (2018, p. 13), as *fake news* são o combustível para um “pânico moral informacional” e se estabelecem como “o outro definitivo para organizações jornalísticas tradicionais que lutam para retomar o controle do ambiente midiático em meio a uma opinião pública declinante, migração do dinheiro da publicidade para a mídia digital e uma crise de legitimação mais geral”.

O fantasma das *fake news* e o surgimento da indústria de *fact checking* são movimentos paralelos nesta disputa. Ambos reforçam o entendimento de que há uma “verdade factual” objetiva a ser desvelada pela imprensa, ignorando a questão crucial da seleção do noticiário, produção da agenda e perspectiva social dos emissores. Cumpre observar que, ao recorrer às agências especializadas em *fact checking*, o jornalismo reduz sua própria pretensão à posição de guardião da vera-

cidade factual e a transfere a terceiros. No entanto, toda a situação se constrói como o perfeito pesadelo epistemológico, já que, a rigor, não resta qualquer instância de realidade indiscutível na qual ancorar as pretensões de veracidade discursiva. Se o jornalismo profissional não desfruta mais da credibilidade que suas práticas conferiam, se uma parte do público acredita que ele participa de uma conspiração para ocultar a realidade, não há porque não julgar que as agências de *fact checking* estão igualmente comprometidas. É esta indeterminação sem fim que define a era da “pós-verdade”.

***Fact checking* na periferia**

É possível observar que, no que se refere ao Brasil, a história é um pouco diferente. Por aqui, a aposta no *fact checking* nasce como reação às críticas suscitadas pelo elevado alinhamento partidário das grandes empresas de mídia. O antipetismo militante dos meios de comunicação empresariais brasileiros, manifesto desde que o PT se tornou uma força política relevante e já amplamente descrito na literatura acadêmica (MIGUEL, 2002; RUBIM, 2004; LIMA, 2007), é um obstáculo permanente à manutenção mesmo de uma fachada de observância aos valores profissionais canônicos de objetividade, imparcialidade e neutralidade. Alguns veículos optaram por se despir de toda esta deontologia, apostando na coincidência de perspectivas sociais e preconceitos com o público como forma de manter sua confiança e levando ao extremo o processo de “objetivação de padrões morais” (ETTEMA; GLASSER, 1998, p. 71; ênfase retirada), isto é, de transformação de julgamentos em fatos – a revista *Veja* é o exemplo mais reluzente. Outros, porém, permaneceram se equilibrando na corda bamba, entre antipetismo e “imparcialidade jornalística”. Os processos paralelos de preparação do golpe de 2016 e de perseguição judicial contra o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva agravaram esta tensão.

O *impeachment* da presidente Dilma Rousseff foi um perfeito exemplo dos “golpes de novo tipo”, em que a superfície da legalidade é mantida, mas as regras do jogo são alteradas por imposição de um ou mais setores do aparelho de Estado – no caso do Brasil, uma ampla coligação de grupos do judiciário, legislativo, ministério público e polícia federal, com o beneplácito discreto, mas crucial e hoje incontestável, do exército. Os meios de comunicação hegemônicos difundiram a narrativa da normalidade democrática; a cobertura repisava os passos do “rito” previsto para o impedimento, demonstrando que eles estavam sendo cumpridos e que, portanto, o processo era legal e inatacável. A discussão sobre o pretense crime de responsabilidade ficava relegada às margens do noticiário. O aval de órgãos do poder público, em particular o Supremo Tribunal Federal, era constantemente evocado. A aceitação da autoridade destes poderes como inquestionável transitava como se fosse a essência da democracia: formava-se “uma espécie de cadeia de transferência de capital simbólico entre as diferentes instâncias de poder estatal e a grande mídia corporativa, com muitos atos de homologação recíproca” (ROCHA, 2018). Em paralelo, a mídia alimentou a narrativa do “conjunto da obra”, evocada por muitos parlamentares golpistas, isto é, a ideia de que o governo Dilma mergulhava o país no caos e era imperativo derrubá-la, mesmo que atropelando a letra da lei (LOPES, 2016; MORETZSOHN, 2016; VAN DIJK, 2017; RODRIGUES, 2018).

O golpe propiciou a ruptura dos consensos consignados na Constituição de 1988 e abriu porta para retrocessos em direitos e garantias sociais que não conseguiriam ser introduzidos por meio da competição política normal. Outro de seus objetivos era o estreitamento da disputa, com o veto ao PT (e à esquerda em geral). A Operação Lava Jato e, dentro dela, a perseguição a Lula, que já eram instrumentais para a geração da sensação de impossibilidade de continuidade do governo Dilma, foram essenciais para a realização deste segundo objetivo. O ex-presidente foi condenado em processo cujas fragilidades já foram amplamente demonstradas (PRONER et al., 2017) e encarcerado antes de decisão em última instância, em flagrante desrespeito à Constituição. Condenação, prisão e inelegibilidade foram resultados

de uma guerra jurídica que só pode ser descrita como um procedimento de exceção. Lula não passou a ser investigado porque existiam indícios de improbidade. A ordem é inversa: o aparelho repressivo do Estado brasileiro (Polícia Federal, Ministério Público, Judiciário) saiu à procura de qualquer coisa que pudesse ser usada contra o ex-presidente, em notório desrespeito aos princípios de neutralidade funcional que deveriam guiá-lo. Desde o início, era uma condenação em busca de prova.

Os meios de comunicação de massa foram parceiros essenciais da empreitada, ao lado – e este é o ponto que interessa aqui – das fábricas de *fake news*. Trata-se de uma diferença fundamental em relação àquilo que é descrito na literatura estadunidense, em que mídia e *establishment* político foram simultaneamente desafiados por *outsiders* que se impuseram por meios heterodoxos. A análise de Benkler, Faris e Roberts (2018) indica, por um lado, que o “ecossistema” da mídia de direita, incluindo canais como *Fox News*, radialistas como Rush Limbaugh e *websites* como *Breitbart*, descolou-se do *mainstream* e, assim, tornou-se infenso a qualquer confronto com a realidade factual, ao passo que os veículos da esquerda continuam dialogando com os órgãos tradicionais da imprensa (*New York Times*, *CNN*, *Wall Street Journal*, *Bloomberg*, agência *Reuters*). Por outro lado, o enorme barulho feito pela direita em torno de seus assuntos capturou a agenda da mídia tradicional e, assim, definiu a pauta da disputa eleitoral de 2016. Como observou David Runciman (2018, p. 157), o novo ambiente informacional se estrutura como uma “competição pela nossa atenção” e, nela, Donald Trump era irresistível para o *New York Times* tanto quanto para os adolescentes macedônios que simplesmente caçavam cliques de internautas estadunidenses.

O relato sobre o Brasil é bem diferente. Aqui, o jornalismo corporativo há tempos esposou a agenda da direita em sua luta para retirar do governo (e da esfera do politicamente aceitável) a centro-esquerda, encarnada pelo PT, e seu programa de reformas moderadas. Todos os principais veículos, incluindo jornais, revistas, emissoras de rádio ou TV e grandes portais de notícias, participam deste esforço. Vozes dissonantes existem, como a revista *CartaCapital*, o jornal *Brasil de Fato* ou *websites* vinculados ao PT, mas permanecem à margem do sistema. Suas pautas não são repercutidas pelos veículos dominantes, portanto têm pouco poder de agenda, e eles acabam, muitas vezes, reduzidos à posição de reagir e tentar reinterpretar o noticiário da grande mídia. Se, no que se refere aos Estados Unidos, diz-se que “não há uma divisão entre esquerda e direita, mas uma divisão entre a direita e o resto do ecossistema midiático” (BENKLER; FARIS; ROBERTS, 2018, p. 73), para o Brasil seria possível dizer quase o oposto.

Na prática, formou-se no Brasil uma triangulação entre aparelho repressivo, mídia e fábricas de *fake news*. Informações contrárias a Lula e ao PT eram vazadas por policiais, procuradores ou juízes e repercutidas com alarde no noticiário; ou, então, a informação, apresentada como um furo de reportagem, motivava uma investigação da polícia ou do ministério público. Isso criava o clima de opinião propício para que organizações da extrema-direita produzissem seu próprio material – versões exageradas das notícias iniciais ou simples mistificações –, ancoradas na credibilidade original dos funcionários públicos e do jornalismo profissional. A mídia gerava, portanto, o ambiente para que as *fake news* prosperassem. Sem a reiterada afirmação de que Lula era o chefe e o PT, uma quadrilha criminosa, as histórias sobre seus filhos serem proprietários de grandes empresas ou ele possuir contas bilionárias no exterior teriam mais dificuldade para se propagar.

É por isso que o *fact checking* aparece no Brasil, em primeiro lugar, não tanto como um antídoto às *fake news*, mas como um atestado da “objetividade” da imprensa profissional, em resposta à suspeita generalizada de que ela estava a serviço da agitação política da direita. Uma de suas funções primordiais seria testar a veracidade do discurso de políticos – o que sinaliza uma autocrítica involuntária a respeito do jornalismo declaratório que é o pão cotidiano do ofício. Seria possível analisar o viés desta checagem ou mesmo apontar os momentos em que ela

assumiu sem máscaras um determinado lado da disputa; por exemplo, quando *Aos Fatos* (uma agência independente de *fact checking* financiada por fundações privadas e por prestação de serviços a empresas de mídia e de tecnologia) determinou que a presidente Dilma Rousseff “exagerava” ao se dizer vítima de um “golpe” (assim, entre aspas)⁶ ou analisou se Michel Temer estava cumprindo suas propostas de governo, dando de barato que seu plano de governo possuía tanta legitimidade democrática quanto qualquer outro⁷.

⁶<https://aosfatos.org/noticias/alegacoes-de-dilma-sobre-o-golpe/> (acesso em 5 fev. 2019).

⁷<https://aosfatos.org/noticias/em-dois-anos-de-governo-temer-regri-de-em-ciencia-e-patina-em-9-de-13-propostas/> (acesso em 5 fev. 2019). Para uma boa análise desta “checagem”, ver Souza (2018).

⁸É o mesmo efeito que o jornal *Folha de S. Paulo* persegue ao manter uma seção fixa “Erramos”, em que corrige equívocos banais (grafias de nomes, datas), mas não as omissões ou vieses do noticiário.

O mais importante, porém, é que ao apontar que políticos de todas as colorações tinham cometido erros ao citar dados, a imprensa, com suas agências de checagem, reforçava sua pretensão de imparcialidade. Afinal, de Alckmin a Temer, de Aécio a Lula, ninguém escapa do crivo do *fact checking*. No fundo desta manobra reside a ideia de que a ameaça à objetividade jornalística está na imprecisão da informação factual. Quando todas as porcentagens, todas as datas e todos os nomes estão conferidos, o jornalismo cumpre sua missão⁸. A seleção de fatos e o enquadramento ficam invisibilizados e, portanto, imunes à crítica.

Um caso emblemático deste uso inicial do *fact checking* com o objetivo de defender a cobertura da imprensa contra críticas sobre sua parcialidade e alinhamento partidário foi o *imbroglio* envolvendo o envio – ou não – de um terço para o ex-presidente Lula, já então mantido prisioneiro em Curitiba, em junho de 2018. Um assessor do papa Bergoglio tentou visitar Lula e fez entregar a ele o terço; a questão era saber se era um terço “benzido pelo papa” (o, que, imagina-se, é feito em escala industrial no Vaticano) ou “enviado pelo papa” (caso em que Francisco estaria sinalizando solidariedade ao preso político brasileiro). A grande imprensa ignorou o episódio, os *websites* vinculados ao PT fizeram estardalhaço e as agências de checagem entraram em campo, para decidir qual era a verdade dos fatos. Como a Santa Sé não confirmava o envio do presente, a notícia foi definida como falsa e as páginas que a haviam reproduzido, como *Fórum*, *Diário do Centro do Mundo* e *Brasil 247*, foram ameaçadas de suspensão pelo *Facebook*, por divulgarem *fake news*.

Em fino estudo do caso, feito no calor da hora, Sylvia Moretzsohn lembrou que a política papal passa, muitas vezes, por indicações sinuosas, em vez de claras tomadas de posição públicas. Depois de alguns comunicados contraditórios, reveladores de disputas políticas internas, o Vaticano não confirmou nem desmentiu, ao passo que o emissário de Bergoglio publicou uma carta afirmando expressamente que o terço fora enviado pelo papa, a seu pedido. Ao declararem falsa a notícia, pela ausência de confirmação oficial, as agências de *fact checking* desprezaram toda a complexidade da situação, que passa centralmente pela ambiguidade deliberada do gesto do chefe da Igreja Católica. Lembrando uma velha campanha publicitária da *Folha*, em que frases de Hitler eram citadas e depois um locutor observava que “é possível contar um monte de mentiras dizendo só a verdade”, Moretzsohn conclui:

É exatamente isso: tomadas isoladamente, todas aquelas frases mereceriam o selo de “verdadeiro”, caso fossem “checadas” pelos métodos utilizados por essas agências. Vistas em conjunto com o que não foi dito, apreendidas em seu contexto histórico, o resultado seria o oposto. Precisamente porque, para o jornalismo, o que menos importa são os fatos (MORETZSOHN, 2018).

É isso: ao levar ao zênite o fetiche pelo “fato”, ignorando os processos conflituosos de formação de sentido no mundo social, o fantasma das *fake news* e a aposta no *fact checking* reforçam o papel do jornalismo como instrumento ideológico e fecham as portas para uma reflexão mais aprofundada sobre os meios pelos quais ele poderia contribuir, de maneira mais positiva, para a ampliação e qualificação do debate político democrático.

Por fim, com a campanha eleitoral esquentando, jornalismo e agências começaram a se preocupar com as *fake news* propriamente ditas – desproporcionalmente concentradas em fontes ligadas à direita e, em particular, ao candidato Jair Bolsonaro. Ao contrário dos Estados Unidos, em que a disseminação se dava, sobretudo, via *Facebook* (e *Twitter*), aqui imperava a dobradinha *WhatsApp* e *YouTube*, o que já sinaliza,

dada a estrutura diferente de remuneração, que a ação provinha muito menos de caça-cliques independentes e muito mais de empresas montadas ou contratadas por operadores políticos, o que foi comprovado quando, poucos dias antes da votação do segundo turno, o esquema de financiamento ilegal da campanha Bolsonaro foi exposto em reportagem da *Folha de S. Paulo* (MELLO, 2018).

Os novos espaços da internet embaralham as fronteiras convencionais entre público e privado, tornando mais difícil o escrutínio público das trocas comunicativas (MIGUEL e MEIRELES, 2018). Na campanha brasileira, a prevalência do *WhatsApp*, nascido como ferramenta para mensagens formalmente privadas, torna ainda mais difícil a supervisão do fluxo de informações falsas. Diferentes redes faziam circular diferentes *fake news*, com pesos diversos para os diversos núcleos temáticos principais da ofensiva bolsonariana de promoção do pânico entre seu eleitorado – corrupção de Lula, de seus familiares e do PT, incentivo à homossexualidade e ameaça à família tradicional, risco de comunização do Brasil e submissão a Cuba ou à Venezuela, fraude nas urnas eletrônicas etc.

É de se supor que apenas uma pequena parcela do que foi disseminado nos milhares de grupos de *WhatsApp* recebeu atenção das agências de *fact checking*. Mas a vacuidade de sua atuação derivou de outros fatores. A checagem, ou ao menos a divulgação pública de seus resultados, não foi infensa ao alinhamento partidário próprio da mídia corporativa brasileira. Em episódios como o da denúncia do golpe em curso, pela então presidente Dilma Rousseff, ou o do suposto presente do papa ao ex-presidente Lula, já citados, os critérios de validação se mostraram claramente insuficientes para dar conta da complexidade das situações. Mas mesmo em casos mais simples o viés foi notável. Um exemplo: o “UOL confere” (do portal UOL, propriedade do grupo controlador da *Folha de S. Paulo*) negou uma mentira disseminada contra Lula sob o título “Não há evidências de que Lula tenha fortuna em Luxemburgo”⁹. A negativa é singularmente fraca, quando comparada com a assertividade aplicada diante de circunstâncias bem mais complexas, e abre caminho para a continuidade do boato, bastando supor a presença de um “ainda” oculto na frase: *ainda* não há evidências da fortuna ilegal do ex-presidente.

Mais importante é o baixo destaque dados aos desmentidos das *fake news*, em geral segregados em páginas especializadas da internet – isto é, exigindo um esforço de procura pela checagem que é o exato oposto do comportamento esperado da vítima crédula de desinformação. Os grandes veículos não julgaram necessário pautar o tema.

Vale a pena estudar com um pouco mais de atenção um exemplo, o caso do chamado *kit gay* – a campanha contra as políticas de combate à homofobia nas escolas, que, com base em descrições fantasiosas de seus objetivos e de qual seria o material distribuído aos estudantes, tornou-se central na agitação política da extrema-direita. Mesmo desmentidas inúmeras vezes, as mentiras levaram ao recuo na implementação do projeto (em 2011) e contribuíram para a derrubada da presidente Dilma Rousseff (em 2016) e para a chegada de Jair Bolsonaro à Presidência (em 2018). Quando Jair Bolsonaro foi entrevistado no *Jornal Nacional*, da Rede Globo, na série de entrevistas dos candidatos mais bem posicionados nas pesquisas para o primeiro turno (com exceção de Lula), em 28 de agosto de 2018, exibiu um livro pretensamente escandaloso que teria sido distribuído às escolas brasileiras pelo Ministério da Educação (MEC), como parte do *kit gay*, para ser apresentado a crianças a partir dos seis anos. Foram várias inverdades: o livro se destina a uma faixa etária superior, nunca fez parte do material fornecido às escolas pelo MEC e, claro, nunca existiu *kit gay*.

Imediatamente após a entrevista do candidato, foi lida no *Jornal Nacional* uma nota de esclarecimento sobre uma afirmação de Bolsonaro, a respeito do apoio a Rede Globo ao golpe de 1964. Na edição seguinte, outra nota, sobre as verbas publicitárias governamentais que a emissora recebia, também mencionadas na entrevista. Mas os espectadores nunca foram informados de que a história do livro era falsa. Nem mesmo quando, meses depois, já durante a campanha para o segundo turno, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) ordenou a retirada de postagens no *Facebook* e

⁹<https://noticias.uol.com.br/comprova/ultimas-noticias/2018/08/20/nao-ha-evidencias-de-que-lula-tenha-fortuna-em-luxemburgo.htm> (acesso em 6 fev. 2019).

no *YouTube* falando do livro¹⁰ – a decisão simplesmente não foi noticiada pelo telejornal. Tímida e tardia, a ação do TSE não coibiu a continuidade da campanha sobre o pretensão *kit gay*, não só no *WhatsApp*, mas também no *YouTube* e no *Facebook*. Até a propaganda oficial do candidato, no horário obrigatório de televisão, voltou ao tema, impunemente. Mas o esforço dos veículos tradicionais de comunicação para combater a disseminação desta mentira foi próximo do zero¹¹.

Tal inatividade, diante do que era percebido como tendo um impacto potencial enorme no resultado do pleito, contradiz a posição ostentada pelos veículos, de guardiões da objetividade factual e garantidores da democracia. Em suma: espremido entre a necessidade de afirmar seu diferencial de credibilidade e seu longo investimento no antipetismo a qualquer custo, o jornalismo brasileiro não foi capaz de aproveitar a ameaça das *fake news* para construir um discurso verossímil de relegitimação.

Conclusão

São vários os motivos que precisam ser combinados para explicar por que o modelo de política concorrencial que nós nos acostumamos a chamar de “democracia” entrou em crise a partir do final do século XX. Ele se baseava numa certa barganha entre capital e trabalho, que se tornou instável com a redução da capacidade de pressão da classe trabalhadora, explicada, por sua vez, tanto pelo impacto da inovação tecnológica nas relações laborais quanto pelo colapso do mundo soviético, que pareceu anular o horizonte de uma sociedade pós-capitalista.

A democracia exige também algum grau de responsividade às demandas dos mais pobres, com políticas redistributivas. O agravamento da crise global da economia capitalista contribuiu para uma redução da abrangência destas políticas; no lugar dela, operam políticas de autoridade que, sem muito disfarce, sacrificam os cidadãos comuns para salvar banqueiros e especuladores. A “gordura” que permitia a acomodação entre acumulação e legitimação parece diminuir, seja por causa da crise, seja porque o efeito combinado de fim da ameaça soviética, globalização e difusão da visão de mundo neoliberal fez aumentar o apetite das classes proprietárias. Afinal, o patamar mínimo de remuneração do capital, abaixo do qual o funcionamento da economia é colocado em risco, não é um dado objetivo e sim um fruto da apreciação subjetiva dos capitalistas sobre as circunstâncias em que se encontram (OFFE, 1997 [1984]). Nas últimas décadas, este patamar subiu incrivelmente, como mostra a acentuada concentração da riqueza global (PIKETTY, 2013), limitando a margem disponível às concessões aos dominados.

O arranjo democrático também passa por uma profunda especialização política. A democracia antiga esperava que os cidadãos ocupassem alternadamente as posições de governante e governado, o que Bernard Manin (1997) chamou de “princípio da rotação”. Nas democracias políticas contemporâneas, uma elite política permanente toma as decisões. Aos cidadãos comuns, resta um espaço de participação reduzida, cujo principal elemento é o voto. Um voto que, imaginava-se, poderia ser decidido de forma razoavelmente esclarecida a partir de informação política mínima, graças à organização da disputa em torno dos partidos, que simplificavam seus termos e funcionavam como balizas fixas para as posições dos diversos agentes, e à influência da mídia, que definia uma agenda comum de preocupações a serem levadas em conta.

Este arranjo simplesmente não tem como funcionar adequadamente nas circunstâncias atuais. A centralidade dos partidos vem sendo erodida há tempos, por múltiplos fatores, entre os quais se incluem os meios de comunicação eletrônicos (desde a “velha” televisão), que contribuem para personalizar a disputa política e favorecem um contato aparentemente “direto” entre líder e massa, e o caráter centrípeto da competição eleitoral, que é incentivo à redução da diferenciação entre seus programas e suas bases sociais. E o monopólio ou quase-monopólio do provimento de informações pelo jornalismo e pela mídia convencional encontra-se na situação descrita nas seções anteriores.

¹⁰<http://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2018/Outubro/facebook-e-youtube-tem-48-horas-para-retirar-do-ar-videos-com-inverdades-sobre-livro-de-educacao-sexual> (acesso em 7 fev. 2019).

¹¹No jornal O Globo, por exemplo, contam-se seis presenças do termo “kit gay” ao longo de toda a campanha do segundo turno. Quatro delas são referências laterais em colunas de opinião (e uma delas nem registra o fato de que se trata de uma falsificação). Há também referência lateral em uma reportagem e, por fim, uma matéria maior, publicada no dia da votação, sobre as *fake news* mais populares, baseada em levantamento da Fundação Getúlio Vargas.

Nada indica que estas condições possam ser recompostas. Medidas pontuais para coibir a disseminação interessada de inverdades pelas redes sociais são necessárias, mas, para que fossem efetivas, precisariam enfrentar frontalmente as empresas – gigantes como *Facebook* ou *Google*, cujo modelo de negócios está ancorado na venda de dados pessoais para organizações que têm interesse em direcionar o comportamento daquelas pessoas, seja adquirindo determinados produtos, seja votando em determinados candidatos ou apoiando determinadas causas (PERSILY, 2017; BENLER, FARIS E ROBERTS, 2018).

Igualmente relevante é o fato de que um controle amplo e irrestrito viola as premissas básicas da ideia liberal de liberdade de expressão. É difícil imaginar como, do ponto de vista técnico, uma tal medida seria posta em prática sem uma ingerência ditatorial em todas as comunicações interpessoais. Além disso, em um contexto de crescente perda de legitimidade das instituições, como confiar nos responsáveis por atribuir “selo de qualidade” às informações? Em junho de 2018, quando Luiz Fux, na condição de presidente do TSE, anunciou que poderia anular as eleições caso o resultado fosse influenciado por *fake news* em massa¹², muitos, à esquerda, temeram que a ameaça fosse dirigida a vozes dissidentes, como aquelas que classificavam o golpe de 2016 como “golpe” e a perseguição judicial contra o ex-presidente Lula como “perseguição judicial”. Talvez o temor não fosse de todo injustificado. A vitória de Jair Bolsonaro certamente passou pela disseminação massiva de *fake news*, mas não houve nenhum movimento do TSE para investigar a situação mais profundamente, muito menos para pensar em anular o resultado.

A restauração da fé dos consumidores de informação no jornalismo profissional tampouco parece possível. Esta confiança foi solapada, em grande medida, pelos próprios vieses predominantes na cobertura, com sua reiterada universalização de um ponto de vista (social, político, cultural) particular. O movimento que abre caminho para as *fake news* é indissociável daquele que gera circuitos alternativos de produção de informação – situada, como toda a produção de informação – que ampliam a necessária pluralidade do ambiente comunicacional. Não queremos correntes de boatos pelos *WhatsApp*, mas tampouco queremos que a Rede Globo, a Rede Record, a revista *Veja* ou o jornal *O Estado de S. Paulo* sejam nossas únicas janelas para o mundo.

A contradição que as novas tecnologias aprofundam já está presente no coração do modelo democrático concorrencial: não é razoável conceder poder ao povo e, ao mesmo tempo, refrear seu envolvimento e formação políticos, incluída aí a educação para a leitura crítica da mídia. Aqueles que assumem o discurso de combate às *fake News*, mas se apagam ao modelo vigente de democracia limitada se colocam numa posição impossível. Ou a democracia se aprofunda, movimento que passa pela educação política popular continuada e também pela democratização e pluralização da produção de informações, ou está condenada a ser um rótulo vazio.

¹²<https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/noticia/flux-diz-que-justica-pode-anular-eleicao-se-resultado-for-fruto-de-fake-news-em-massa.ghtml> (acesso em 8 fev. 2019).

Referências

BENKLER, Yochai, Robert FARIS e Hal ROBERTS. **Network propaganda: manipulation, disinformation, and radicalization in American politics**. Oxford: Oxford University Press, 2011).

BROWN, Wendy. “American nightmare: neoliberalism, neoconservatism, and de-democratization”. **Political Theory**, vol. 34, nº 6, p. 690-714, 2006.

CARLSON, Matt. “Fake news as an informational moral panic: the symbolic deviancy of social media during the 2016 US presidential election”. **Information, Communication & Society**, DOI: 10.1080/1369118X.2018.1505934, 2018.

CASTELLS, Manuel. **Ruptura: la crisis de la democracia liberal**. Madrid: Alianza, 2017.

CROUCH, Colin. **Post-democracy**. Cambridge: Polity, 2004.

ETTEMA, James S. e Theodore L. GLASSER. **Custodians of conscience: investigative journalism and public virtue**. New York: Columbia University Press, 1998.

FUKUYAMA, Francis. **The end of history and the last man**. New York: Free Press, 1992.

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo**. Porto Alegre: Tchê!, 1987.

GIDDENS, Anthony. **The consequences of modernity**. Stanford: Stanford University Press, 1990.

LEVITSKY, Steven; ZIBLATT, David. **How democracies die**. New York: Crown, 2018.

LIMA, Venício A. de (org.). **A mídia nas eleições de 2006**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2007.

LOPES, Mauro. “As quatro famílias que decidiram derrubar um governo democrático”. In: JINKINGS, Ivana; DORIA, Kim; CLETO, Murilo (Orgs.), **Por que gritamos golpe?** Para entender o impeachment e a crise política no Brasil. São Paulo: Boitempo, 2016.

MANIN, Bernard. **The principles of representative government**. Cambridge: Cambridge University Press, 1997.

McCHESNEY, Robert W. **Digital disconnect: how capitalism is turning the internet against democracy**. New York: The New Press, 2013.

MELLO, Patricia Campos. Empresas bancam disparos de campanha anti-PT nas redes. **Folha de S. Paulo**, 18 de outubro, p. A1, 2018.

MIGUEL, Luis Felipe. **Política e mídia no Brasil: episódios da história recente**. Brasília: Plano, 2002.

MIGUEL, Luis Felipe. **Democracia e representação: territórios em disputa**. São Paulo: Editora Unesp, 2014.

MIGUEL, Luis Felipe; BIROLI, Flávia. **Caleidoscópio convexo: mulheres, política e mídia**. São Paulo: Editora Unesp, 2011.

MIGUEL, Luis Felipe; MEIRELES Adriana Veloso. O fim da velha divisão? Público e privado na era da internet. In: **43º Encontro Anual da Anpocs**, 2018, Caxambu. Paper, 2018.

MORETZSOHN, Sylvia Debossan. “A mídia e o golpe: uma profecia autocumprida”, em FREIXO, Adriano de. RODRIGUES, Thiago (Orgs.), **2016, o ano do golpe**. Rio de Janeiro: Oficina Raquel, 2016.

MORETZSOHN, Sylvia Debossan. O terço do papa e o que realmente importa. 2018. Objethos – **Observatório da Ética Jornalística**. Disponível em: <https://objethos.wordpress.com/2018/06/18/o-terco-do-papa-e-o-que-realmente-importa/>. Acesso em: 31 jan. 2019.

OFFE, Claus [1984]. “De quelques contradictions de l’État-providence moderne”. **Les démocraties modernes à l’épreuve**. Paris: L’Harmattan, 1997.

PERSILY, Nathaniel. Can democracy survive the internet? **Journal of Democracy**, vol. 28, nº 2, p. 63-76, 2017.

PIKETTY, Thomas. **Le capital au XXIe siècle**. Paris: Gallimard, 2013.

PRONER, Carol *et al.* (orgs.). **Comentários a uma sentença anunciada: o processo Lula**. Bauru: Canal 6: 2017.

ROCHA, Maria Eduarda da Mota. O Jornal Nacional e o rito de destituição de Dilma Rousseff. **Revista de Ciências Sociais (RCS)**, Fortaleza, v. 5, n. 2, p.359-398, set. 2019. Trimestral. Disponível em: <http://www.periodicos.ufc.br/revcienso/article/view/31495>. Acesso em: 09 set. 2019.

RODRIGUES, Theófilo Machado. O papel da mídia nos processos de impeachment de Dilma Rousseff (2016) e Michel Temer (2017). **Contracampo**, vol. 37, nº 2, p. 37-58, 2018.

RUBIM, Antonio Albino Canelas (org.). **Eleições presidenciais em 2002 no Brasil: ensaios sobre mídia, cultura e política**. São Paulo: Hacker, 2004.

RUNCIMAN, David. **How democracy ends**. New York: Basic Books, 2018.

SCHUDSON, Michael. **The sociology of news**. New York: Norton, 2003.

SOUZA, Hugo. O curioso *fact-checking* de ‘reformas e ajustes’ que não passaram pelas urnas. **Medium**, 2018. Disponível em <https://medium.com/@hugorcsoouza/fact-checking-f8c8289c717b>. Acesso em 4 fev. 2019. 2018.

SUNSTEIN, Cass R. **Republic.com**. Princeton: Princeton University Press, 2002.

VAN DIJK, Teun A. How Globo media manipulated the impeachment of Brazilian President Dilma Rousseff. **Discourse & Communication**, vol. 11, nº 2, p. 199-229, 2017