

**Apresentação do Dossiê temático:
"Golpe, impeachment, comunicação
e a atual conjuntura brasileira"**

Carlos Figueiredo

Doutor em Sociologia pela Universidade Federal de Pernambuco. Pesquisador de Pós-Doutorado no PPG-COM da Universidade Federal de Sergipe – Brasil
Contato: carlospfs@gmail.com

O Golpe Parlamentar de 2016 no Brasil jogou o país em uma conjuntura que demonstra a fragilidade das instituições construídas a partir da redemocratização em 1985 cujo marco jurídico está assentado na Constituição de 1988. Ainda que, como lembra Francisco Oliveira (2000), muitas das promessas contidas na Carta Magna de 1988 não tenham se materializado, elas eram marcos legais a partir dos quais se davam lutas por direitos. Sejam lutas pela universalização de educação e saúde de qualidade, por direito à moradia e à terra ou por comunicação pública. A destituição da presidenta Dilma Rousseff abriu o caminho para um ataque aos parques direitos conquistados desde a redemocratização e também ao sonho da implementação das promessas contidas na Constituição de 1988. Ou seja, há claramente um estreitamento do horizonte democrático no pós-golpe, a retirada do que Hannah Arendt (2012) chama de o "direito a ter direitos" que nada mais é senão a possibilidade de sonhar com uma democracia ampliada.

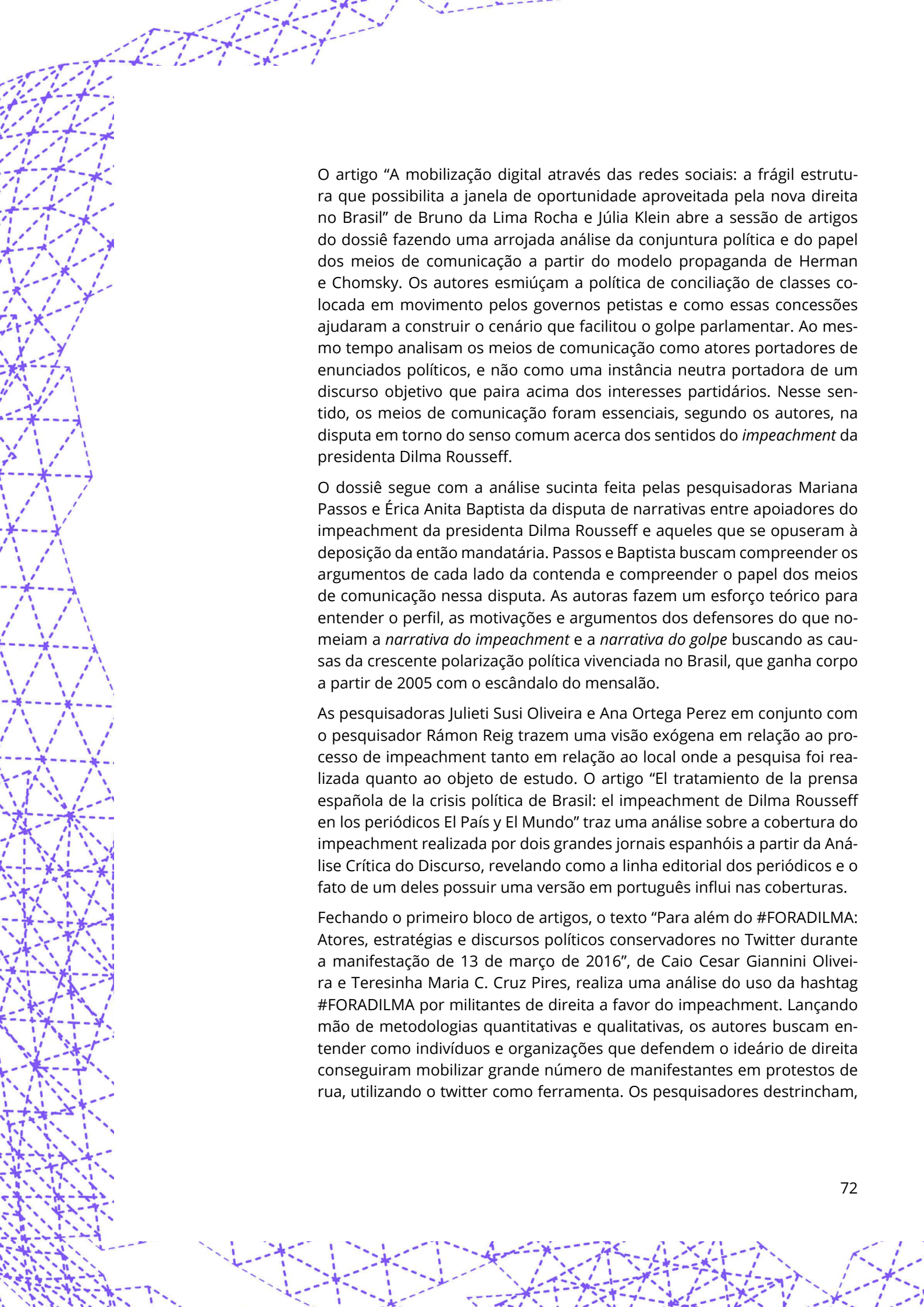
Se a luta dentro do campo político e dos movimentos sociais que atuam na luta pela construção de um novo senso comum dentro da sociedade civil



torna-se ainda mais árdua, o mesmo pode ser dito dentro do campo acadêmico da comunicação. A necessidade do que Bolaño (2015) chama luta epistemológica, imprescindível para que estabeleçamos novos parâmetros para o campo da comunicação, faz-se urgente diante da incapacidade de uma leitura atenta acerca da conjuntura brasileira. O arsenal teórico à disposição dentro do campo da comunicação não parece capaz de responder, para parafrasear Traquina (2004), “Por que as notícias foram como foram durante o processo de derrubada de uma presidente eleita?” ou “Como se deu o processo de negociação entre emissão e recepção durante o impeachment?”, ou ainda “com que parcelas dessa recepção houve negociação?”. Diante desse impasse, a revista Eptic busca na presente edição apresentar um dossiê composto por artigos que procuram compreender essa conjuntura e contribuir para a luta epistemológica tão necessária para arejar o campo da comunicação.

Os oito artigos e a entrevista que compõem o Dossiê “Golpe, *impeachment*, comunicação e a atual conjuntura brasileira” buscam traçar um panorama acerca do momento turbulento por que passa o país a partir de reflexões sobre a Indústria Cultural e a Comunicação. Abrindo o Dossiê, a entrevista concedida pela Profa Maria Eduarda da Mota Rocha oferece uma perspectiva multifacetada dos acontecimentos recentes. Professora do Departamento de Sociologia da UFPE e uma das responsáveis pelo programa de jornalismo alternativo Fora da Curva, transmitido pela rádio universitária da UFPE, Rocha reflete sobre o papel dos meios de comunicações no golpe parlamentar, a ausência de políticas públicas de comunicação na governo Lula, a chegada de uma nova esquerda e o papel do jornalismo alternativo. Pensando com Bourdieu, que em seus cursos sobre o Estado demonstra como as instituições estatais legitimam o poder a partir de “ritos de instituição”, Rocha analisa na entrevista como o Jornal Nacional colocou em ação um “rito de destituição” cujo objetivo era deslegitimar o poder investido pelo voto popular à ex-presidenta Dilma Rousseff.

Os artigos desse dossiê podem ser divididos em dois blocos. No primeiro bloco, estão quatro textos focados na análise do papel dos meios de comunicação na destituição de Dilma Rousseff. Análises da cobertura jornalística, das narrativas feitas durante a disputa política pré-golpe e do uso de Sites de Redes Sociais mostram um esforço profícuo dos autores de compreender como foi travada a batalha por consenso durante a crise política que ainda vivemos. Enquanto o segundo bloco é composto por artigos que buscam compreender as consequências do golpe parlamentar nas políticas de comunicação, cultura e telecomunicações seja nas tentativas de privatizar a infraestrutura de telecomunicações do país, nas mudanças e permanências no uso da verba destinada à propaganda governamental ou na análise do discurso dos ministros da Cultura no governo Temer.

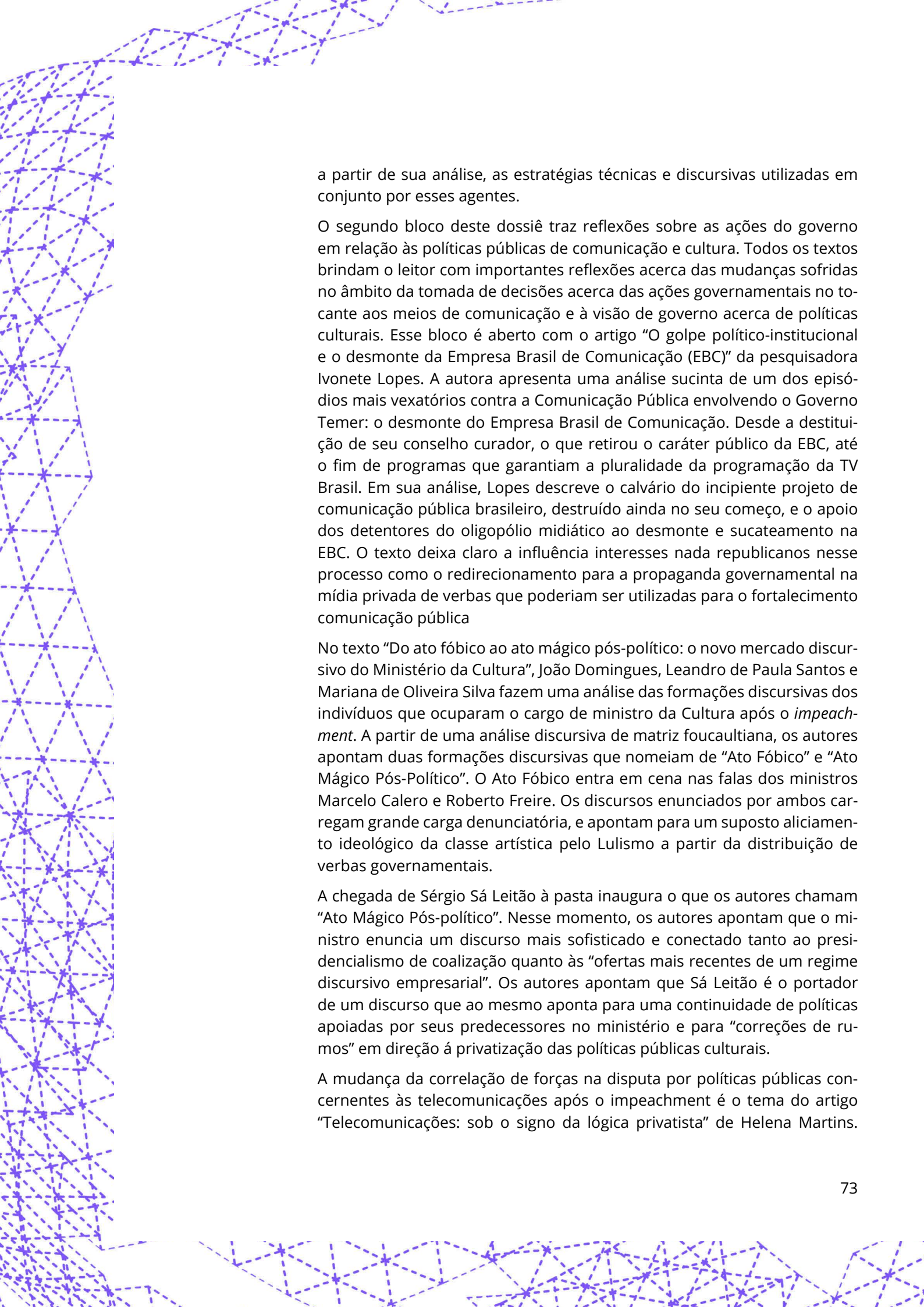


O artigo “A mobilização digital através das redes sociais: a frágil estrutura que possibilita a janela de oportunidade aproveitada pela nova direita no Brasil” de Bruno da Lima Rocha e Júlia Klein abre a sessão de artigos do dossiê fazendo uma arrojada análise da conjuntura política e do papel dos meios de comunicação a partir do modelo propaganda de Herman e Chomsky. Os autores esmiúçam a política de conciliação de classes colocada em movimento pelos governos petistas e como essas concessões ajudaram a construir o cenário que facilitou o golpe parlamentar. Ao mesmo tempo analisam os meios de comunicação como atores portadores de enunciados políticos, e não como uma instância neutra portadora de um discurso objetivo que paira acima dos interesses partidários. Nesse sentido, os meios de comunicação foram essenciais, segundo os autores, na disputa em torno do senso comum acerca dos sentidos do *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff.

O dossiê segue com a análise sucinta feita pelas pesquisadoras Mariana Passos e Érica Anita Baptista da disputa de narrativas entre apoiadores do impeachment da presidenta Dilma Rousseff e aqueles que se opuseram à deposição da então mandatária. Passos e Baptista buscam compreender os argumentos de cada lado da contenda e compreender o papel dos meios de comunicação nessa disputa. As autoras fazem um esforço teórico para entender o perfil, as motivações e argumentos dos defensores do que nomeiam a *narrativa do impeachment* e a *narrativa do golpe* buscando as causas da crescente polarização política vivenciada no Brasil, que ganha corpo a partir de 2005 com o escândalo do mensalão.

As pesquisadoras Julieti Susi Oliveira e Ana Ortega Perez em conjunto com o pesquisador Ramón Reig trazem uma visão exógena em relação ao processo de impeachment tanto em relação ao local onde a pesquisa foi realizada quanto ao objeto de estudo. O artigo “El tratamiento de la prensa española de la crisis política de Brasil: el impeachment de Dilma Rousseff en los periódicos El País y El Mundo” traz uma análise sobre a cobertura do impeachment realizada por dois grandes jornais espanhóis a partir da Análise Crítica do Discurso, revelando como a linha editorial dos periódicos e o fato de um deles possuir uma versão em português influi nas coberturas.

Fechando o primeiro bloco de artigos, o texto “Para além do #FORADILMA: Atores, estratégias e discursos políticos conservadores no Twitter durante a manifestação de 13 de março de 2016”, de Caio Cesar Giannini Oliveira e Teresinha Maria C. Cruz Pires, realiza uma análise do uso da hashtag #FORADILMA por militantes de direita a favor do impeachment. Lançando mão de metodologias quantitativas e qualitativas, os autores buscam entender como indivíduos e organizações que defendem o ideário de direita conseguiram mobilizar grande número de manifestantes em protestos de rua, utilizando o twitter como ferramenta. Os pesquisadores destrincham,



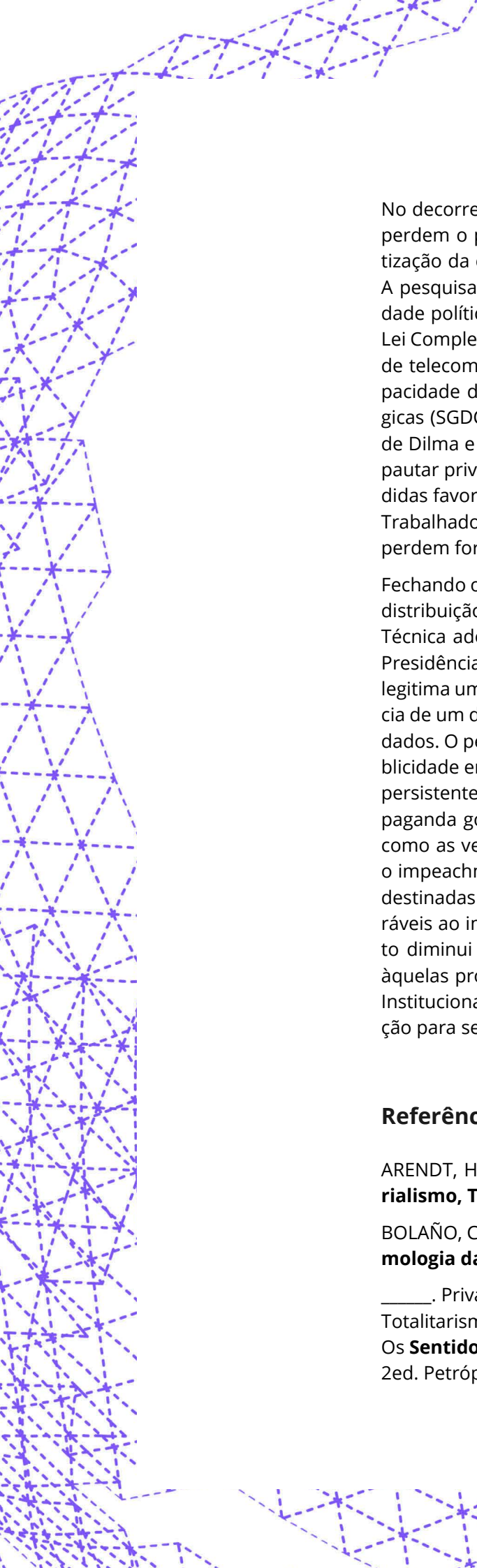
a partir de sua análise, as estratégias técnicas e discursivas utilizadas em conjunto por esses agentes.

O segundo bloco deste dossiê traz reflexões sobre as ações do governo em relação às políticas públicas de comunicação e cultura. Todos os textos brindam o leitor com importantes reflexões acerca das mudanças sofridas no âmbito da tomada de decisões acerca das ações governamentais no tocante aos meios de comunicação e à visão de governo acerca de políticas culturais. Esse bloco é aberto com o artigo “O golpe político-institucional e o desmonte da Empresa Brasil de Comunicação (EBC)” da pesquisadora Ivonete Lopes. A autora apresenta uma análise sucinta de um dos episódios mais vexatórios contra a Comunicação Pública envolvendo o Governo Temer: o desmonte do Empresa Brasil de Comunicação. Desde a destituição de seu conselho curador, o que retirou o caráter público da EBC, até o fim de programas que garantiam a pluralidade da programação da TV Brasil. Em sua análise, Lopes descreve o calvário do incipiente projeto de comunicação pública brasileiro, destruído ainda no seu começo, e o apoio dos detentores do oligopólio midiático ao desmonte e sucateamento na EBC. O texto deixa claro a influência interesses nada republicanos nesse processo como o redirecionamento para a propaganda governamental na mídia privada de verbas que poderiam ser utilizadas para o fortalecimento comunicação pública

No texto “Do ato fóbico ao ato mágico pós-político: o novo mercado discursivo do Ministério da Cultura”, João Domingues, Leandro de Paula Santos e Mariana de Oliveira Silva fazem uma análise das formações discursivas dos indivíduos que ocuparam o cargo de ministro da Cultura após o *impeachment*. A partir de uma análise discursiva de matriz foucaultiana, os autores apontam duas formações discursivas que nomeiam de “Ato Fóbico” e “Ato Mágico Pós-Político”. O Ato Fóbico entra em cena nas falas dos ministros Marcelo Calero e Roberto Freire. Os discursos enunciados por ambos carregam grande carga denunciatória, e apontam para um suposto aliciamento ideológico da classe artística pelo Lulismo a partir da distribuição de verbas governamentais.

A chegada de Sérgio Sá Leitão à pasta inaugura o que os autores chamam “Ato Mágico Pós-político”. Nesse momento, os autores apontam que o ministro enuncia um discurso mais sofisticado e conectado tanto ao presidencialismo de coalização quanto às “ofertas mais recentes de um regime discursivo empresarial”. Os autores apontam que Sá Leitão é o portador de um discurso que ao mesmo aponta para uma continuidade de políticas apoiadas por seus predecessores no ministério e para “correções de rumos” em direção á privatização das políticas públicas culturais.

A mudança da correlação de forças na disputa por políticas públicas concernentes às telecomunicações após o impeachment é o tema do artigo “Telecomunicações: sob o signo da lógica privatista” de Helena Martins.



No decorrer do texto, Martins expõe como as entidades da sociedade civil perdem o poder de pressão para, pelo menos, diminuir o ritmo da privatização da estrutura e da desregulação das políticas de telecomunicações. A pesquisadora utiliza os conceitos gramscianos de sociedade civil, sociedade política e hegemonia para esmiuçar as lutas em torno da Projeto de Lei Complementar 79, que reduz as contrapartidas impostas às operadoras de telecomunicações pela exploração de serviço público, e a venda da capacidade do Satélite Geoestacionário de Defesa e Comunicações Estratégicas (SGDC) a operadores privados. Martins observa que o impeachment de Dilma e a chegada de Temer ao poder aumentou o ritmo do avanço de pautar privatistas. Ainda que a presidenta Dilma apresentasse apoio a medidas favoráveis ao mercado, a pretensão social-democrata do Partido dos Trabalhadores e as pressões da Sociedade Civil impunham obstáculos que perdem força após o Golpe.

Fechando o segundo bloco e o dossiê, Francisco Verri analisa as políticas de distribuição de publicidade governamental através do dispositivo da Mídia Técnica adotado pelas gestões petistas da Secretaria de Comunicação da Presidência da República (Secom/PR). O autor aponta que a mídia técnica legitima uma lógica comercial ao distribuir a verba de acordo com a audiência de um determinado meio, priorizando os veículos tradicionais e consolidados. O pesquisador aponta que a mídia técnica acaba por restringir a publicidade em meios alternativos e na internet, reproduzindo desigualdades persistentes na distribuição das verbas governamentais direcionadas à propaganda governamental. Verri aponta para mudanças pontuais na forma como as verbas para propaganda governamental foram distribuídas após o impeachment de Dilma Rousseff. O governo Temer aumentou as verbas destinadas a revistas impressas que apresentaram enquadramentos favoráveis ao impedimento de sua antecessora e para mídia exterior, enquanto diminui as quantias destinadas às mídias alternativas, principalmente àquelas próximas ao PT. O autor observa que “a utilização da Publicidade Institucional deixa de ser um instrumento de potencialização de comunicação para ser um orientador das estratégias políticas do Governo Federal”.

Referências

ARENDDT, Hannah. **As Origens do Totalitarismo: Antissemitismo, Imperialismo, Totalitarismo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2012.

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira. **Campo Aberto. Para a Crítica da Epistemologia da Comunicação**. Aracaju: Edise, 2015

_____. Privatização do Público, Destituição da Fala e Anulação da Política: o Totalitarismo Neoliberal. In: OLIVEIRA, Francisco e PAOLI, Maria Célio (Org.). **Os Sentidos da Democracia: Políticas do Dissenso e Hegemonia Global**. 2ed. Petrópolis: Vozes, 2000.